

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА ТУРИЗМА И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО СЕРВИСА

**ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКОГО  
ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТУРЦИИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

Выпускная квалификационная работа  
обучающегося по направлению подготовки 43.03.02 Туризм  
очной формы обучения группы 05001335  
Озжетин Ахмет Азиз

Научный руководитель  
Ст. преп. Яковенко О.В.

БЕЛГОРОД 2017

## Содержание

|  |    |
|--|----|
| Введение.....  | 3  |
| 1. Теоретические основы конкурентоспособности туристского предложения<br>Турции.....   | 6  |
| 1.1. Конкурентоспособность сектора путешествий и туризма.....  | 6  |
| 1.2. Турция как основное направление российского выездного туризма.....  | 14 |
| 1.3. Современное состояние туризма в Турции в условиях<br>социально-экономической нестабильности.....  | 24 |
| 2. Анализ конкурентоспособности туристского предложения Турции<br>в условиях социально-экономической нестабильности.....   | 33 |
| 2.1. Анализ природно-рекреационного и культурно-исторического<br>потенциала Турции.....  | 33 |
| 2.2. Анализ структуры и динамики туров в Турцию.....   | 43 |
| 2.3. Сегментация потребителей и туроператоров Турции.....  | 53 |
| 3. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности<br>туристского предложения Турции на российском рынке в условиях<br>социально-экономической нестабильности..... | 60 |
| 3.1. Разработка новых туров с целью повышения конкурентоспособности....  | 60 |
| 3.2. Экономическое обоснование и расчет экономической эффективности<br>туров .....   | 65 |
| Заключение.....  | 77 |
| Список использованных источников.....  | 80 |
| Приложения.....  | 86 |

## Введение

Начиная с 2010-х гг. Турция стала одним из самых симпатичных направлений отдыха для россиян наравне с Египтом. Так, по данным Федерального агентства по туризму, в 2012 г. турецкие курорты посетили 2.5 млн. русских путешественников, в 2013 г. – 3,078 млн, в 2014 г. их число составило 3,278 млн., достигнув пиковой отметки (Египет все эти годы крепко сберегал 2-ю позицию). Впрочем уже с 2015 г. происходит некоторое сокращение турпотока. Так, с января по сентябрь на турецких курортах передохнули 2,249 млн. россиян, что на 26,4% меньше аналогичного периода 2014 г. Невзирая на указанную тенденцию, по выводам 2015 г. Турция тем не менее сберегла 1-е место по числу посетивших эту страну россиян.

С 1 января 2016 г. в соответствии с указом президента от двадцать восьмого ноября 2015 г. и постановлением руководства РФ от тридцатого ноября 2015 г. был введен запрет на чартерные воздушные перевозки между Россией и Турцией. Ростуризм порекомендовал русским туроператорам и турагентам остановить развитие и реализацию туристских продуктов, а еще отдельных туристских служб в Турецкую Республику. В связи с этим поток русских путешественников в эту страну фактически сошел на нет.

Согласно данным турецкого министерства культуры и туризма, с января по май 2016 г. Турцию посетили 138 тыс. россиян, что составляет лишь 17,2% от аналогичного показателя за прошлый год. Эти числа показывают, что запретительные меры, введенные русской стороной, серьезно отразились на показателях туристической ветви. Если в 2015 г. россиянином был всякий десятый въезжающий в Турцию иностранец, то по выводам первых пяти месяцев 2016 г. доля людей нашего государства от всеобщего числа иностранных посетителей составила всего 1,7%.

Большинство туристов отказывались от летнего отпуска в Турции из-за возможной военной конфронтации Анкары с террористической группировкой ИГ и курдами.

Для того чтобы вернуть турпоток в 2017 году, турецкие туроператоры сформировали просто уникальные цены. В 2017 году целый ряд турецких отелей сделал скидку от 20% до 50% по сравнению с прошлым годом. Также курс валют и курс рубля способствует тому, что россиянам проще планировать свой летний отдых и, соответственно, они с большей лёгкостью расстаются с деньгами, особенно по акциям раннего бронирования. На форуме Global Inventum, проходившем в Анталье, было высказано мнение экспертов, что число туристов из России, посещающих Турцию, вернется на докризисный уровень в ближайшие два-три года.

По данным министерства культуры и туризма Турции, в апреле 2017 года в Турции побывало 181,8 тыс. россиян. Год назад в том же месяце турпоток составил только 31 тыс. человек, таким образом, он вырос почти в шесть раз. На долю России в апреле пришлось 8,78% всего турпотока в Турцию. Это второе место среди основных рынков после Германии (262,7 тыс. чел.). В топ-5 также вошли Грузия (180 тыс. чел.), Болгария (147,2 тыс.) и Иран (119 тыс.). Всего в апреле 2017 г. Турция приняла 2,07 млн. иностранных туристов. Это на 28% больше, чем годом ранее, когда в страну приехало 1,75 млн. человек.

Актуальность и недостаточная степень теоретической и практической разработанности проблем повышения конкурентоспособности туристского предложения Турции на российском рынке в условиях социально-экономической нестабильности предопределили выбор темы, цель и задачи научного исследования.

Целью выпускной квалификационной работы является изучение теоретических основ конкурентоспособности туристского предложения Турции на российском рынке в условиях социально-экономической нестабильности и разработка мероприятий по ее повышению.

Для достижения поставленной цели будут решены следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы конкурентоспособности сектора путешествий и туризма;

- рассмотреть турецкие курорты как основное направление российского выездного туризма;
- изучить современное состояние туризма в Турции в условиях социально-экономической нестабильности;
- сделать анализ конкурентоспособности туристского предложения Турции;
- провести анализ природно-рекреационного и культурно-исторического потенциала Турции;
- проанализировать структуру и динамику туров в Турцию, сегментацию потребителей и туроператоров Турции;
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности туристского предложения Турции на российском рынке в условиях социально-экономической нестабильности.

Объект исследования – туристско-рекреационный комплекс Турции.

Предмет исследования – конкурентоспособность туристского предложения Турции на российском рынке.

Исследованию экономики туризма посвящены работы отечественных авторов А. Ю. Александровой, И. Т. Балабанова, А. И. Балабанова, М. Б. Биржакова, А. Б. Здорова, И. В. Зорина, В.А. Квартальнова, Г. А. Папирян, Г. А. Яковлева и др. Отдельные организационно-экономические и правовые аспекты развития туризма исследованы в работах Н. И. Волошина, А. А. Гвозденко, В. Г. Гуляева, М. А. Жуковой, Е. Н. Ильиной, Н. И. Кабушкина, Г. А. Карповой, Л. И. Лукичевой, Е.Л. Писаревского, А. Д. Чудновского, и др.

Информационную базу исследования составили статистические данные о состоянии и динамике международного туризма в РФ и в мире, материалы периодической печати, научная литература по тематике исследования.

В процессе написания выпускной квалификационной работы использовались следующие методы – сбор первичной и вторично информации, сравнительный анализ, экономико-математические методы, анализ и оценка экономических показателей, сравнение и выявление их динамики.

# **1. Теоретические основы конкурентоспособности туристского предложения Турции**

## **1.1. Конкурентоспособность сектора путешествий и туризма**

Конкуренция является одним из базовых институтов туристского рынка и важнейшим условием его эффективного функционирования. Понятие конкурентоспособности определяется исследователями по-разному.

М. Портер определяет конкурентоспособность как свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами и конкурирующими субъектами рыночных отношений [3].

Р. А. Фатхутдинов считает конкурентоспособностью свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке [15].

Для того, чтобы туристская индустрия была конкурентоспособной в дестинации, необходимо, чтобы были конкурентоспособны не только отдельные предприятия туристской индустрии, но и уровень развития туристской индустрии был сбалансирован. Это означает, что на микро-, мезо- и макроуровне туристской индустрии должен проявляться синергетический эффект, т.е. должны формироваться новые системные свойства туристской индустрии. В частности, для туризма синергетический эффект проявляется в формировании турпродуктов, которые создаются совместно несколькими предприятиями туристской индустрии, например, туроператором, авиакомпанией и гостиницей. Если в дестинации существуют привлекательные туристские ресурсы и есть необходимые места размещения, но нет качественных средств доставки туристов, нет дорог, то такая дестинация будет неконкурентоспособной и невозможно будет обеспечить достаточный туристский поток [19].

Оценка конкурентоспособности туризма на макроуровне предполагает оценку национального туризма на уровне отдельной страны как туристской

дестинации (макродестинация), на мезоуровне – оценку конкурентоспособности региональной дестинации (мезодестинация), на микроуровне – оценку конкурентоспособности предприятия туристской индустрии или туристского продукта.

Оценка конкурентоспособности в туризме на иерархических уровнях может преследовать различные цели. Являясь относительным показателем, она позволяет определить местоположение оцениваемого субъекта на международном, национальном или локальном туристском рынке. Получаемая оценочная информация может использоваться для разработки стратегических планов развития туризма в стране, дестинации, перспективных планов развития турпредприятий и турпродуктов. Оценка потенциальной конкурентоспособности может быть полезна при решении вопросов инвестиционного характера.

Исследование конкурентоспособности проводится Всемирным экономическим форумом совместно с сетью партнерских организаций – ведущих исследовательских институтов и компаний, специализирующихся на вопросах конкурентоспособности и экономического развития. Методика предусматривает количественную оценку по 12 факторам с использованием 200 показателей, получаемых как на основе статистических данных, так и на основе экспертных опросов.

Основные факторы:

- качество институтов;
- инфраструктура;
- макроэкономическая стабильность;
- здоровье и начальное образование;
- высшее образование и профессиональная подготовка;
- эффективность рынка товаров и услуг;
- эффективность рынка труда;
- развитость финансового рынка;
- технологический уровень;

- размер внутреннего рынка;
- конкурентоспособность компаний;
- инновационный потенциал [27].

При расчете рейтинга глобальной конкурентоспособности 2013- 2014 гг. (The Global Competitiveness Index 2010-2011) было опрошено более 13 500 лидеров бизнеса в 139 странах мира, для которых рассчитывался рейтинг.

В первую десятку стран вошли Швейцария, Швеция, Сингапур, США, Германия, Япония, Финляндия, Нидерланды, Дания, Канада. Россия в 2009 и 2010 годах находилась на 63 месте, хотя в 2008 году она была на 51 месте.

По показателю «Эффективность рынка товаров и услуг» Россия занимает 123 строчку. К негативным факторам эксперты отнесли слабость государственных институтов (118 место), низкий уровень стандартов корпоративного управления (119), недостаточные гарантии защиты прав собственности (126), причем за минувший год эти показатели ухудшились [31].

Последние места Россия получила по показателям развития финансового рынка (125 место), устойчивости банков (129), инфляции (125), бремени государственного регулирования (128). К конкурентным преимуществам отнесены сравнительно низкий уровень государственного долга и дефицита бюджета, большой размер рынка, высокий инновационный потенциал, качественное высшее образование.

В 2009 и 2010 года российская экономика находилась на 63-й позиции списка. 7 сентября 2011 года на сайте ВЭФ был опубликован рейтинг 2011 года (The Global Competitiveness Index 2011-2012). Россия опустилась на 66-е место из 142. В целях составления рейтинга в этом году были опрошены более 14 000 лидеров бизнеса в 142 экономиках по всему миру [56].

Наиболее известной является оценка конкурентоспособности туристической отрасли стран, проводимая Всемирной организацией туризма и путешествий (WTTC). В ежегодном докладе Travel and Tourism Competitiveness Report, публикуемом в рамках Всемирного экономического форума World Economic Forum (WEF), рассматривается индекс конкурентоспособности путешествий



и туризма разных стран (Travel & Tourism Competitiveness Index – ТТСИ), учитывающий факторы, влияющие на привлекательность туристической индустрии для развития и инвестиций. Этот индекс ТТСИ состоит из трех субиндексов А, В и С.

Состав субиндексов следующий:

а) нормативно-правовая база:

- законодательные нормы;
- защита окружающей среды (экологическая устойчивость);
- охрана и безопасность;
- медицина (здоровье) и гигиена;
- приоритетность сектора путешествий и туризма;

б) бизнес-среда и инфраструктура:

- инфраструктура воздушного транспорта;
- инфраструктура наземного транспорта;
- инфраструктура туризма;
- информационно-коммуникационная инфраструктура;
- ценовая конкурентоспособность туристического сектора;

с) человеческие, природные и культурные ресурсы:

- людские ресурсы;
- отношение к внешним туристам;
- природные ресурсы;
- культурные ресурсы;
- изменение климата [39].

При составлении рейтинга и индекса конкурентоспособности секторов путешествий и туризма (ТТСИ) используются статистические данные и исследования всемирных организаций, в том числе, Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), Международного союза по сохранению природы (IUCN), Всемирной организации по туризму (UNWTO), Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC), а также результаты опросов топ-менеджеров [41].

В каждой из стран, участвующих в рейтинге, проводится специальное исследование уровня развития туристического сектора с помощью двух методик.

Первая базируется на использовании открытых статистических данных по туризму и всем смежным с ним отраслям, в частности, оцениваются стоимостные составляющие туров (цены авиабилетов, гостиничных номеров, стоимость портовых и аэропортовых сборов), учитывается количество памятников, охраняемых ЮНЕСКО и т.п.

Вторая методика включает опрос руководителей крупных компаний из всех секторов экономики об их отношении к туристическому сегменту.

На основе этих данных составляется интегрированный рейтинг конкурентоспособности туристской индустрии стран [60].

В России такое исследование проводит компания «Бауман инновейшн» («Стратеджи Партнерс Групп» – Strategy Partners Group), официальный партнер WEF1. В 2008 году в рейтинге участвовали 124 страны (Россия заняла 64 место), в 2009 – 133 страны (Россия заняла 59 место), в 2011 – 139 стран (Россия осталась на 59 месте). В 2013 году в рейтинге участвовало 140 стран, Россия заняла 63 место [28].

К ключевым конкурентным преимуществам России по-прежнему относятся ее туристические активы. Отмечено, что в последние два года повышается уровень развития инфраструктуры, в частности, улучшена инфраструктура воздушного транспорта, но инфраструктура наземного транспорта осталась неудовлетворительной.

К негативным факторам отнесена низкая ценовая конкурентоспособность, проблемы с доступностью человеческих ресурсов, слабая эффективность туристской политики, а среда регулирования сектора путешествий и туризма охарактеризована как неблагоприятная.

Оценка потенциальной конкурентоспособности может быть полезна при решении вопросов инвестиционного характера. Оценка конкурентоспособности в туризме на иерархических уровнях, являясь относительным пока-

зателем, позволяет определить местоположение оцениваемой туристской подсистемы на международном, национальном или локальном туристском рынке, тем самым косвенно оценивая эффективность ее функционирования.

5 апреля 2017 года Всемирный экономический форум (ВЭФ) опубликовал свой ежегодный доклад «Конкурентоспособность туризма и путешествий» (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017).

Данный ежегодный доклад описывает совокупность факторов и политики, обеспечивающие устойчивое развитие сектора путешествий и туризма, что, в свою очередь, способствует развитию и конкурентоспособности страны. В докладе все эти факторы описываются одним индексом – индекс конкурентоспособности туризма и путешествий, который подсчитан для 136 стран мира.

Индекс конкурентоспособности рассчитывается на основе 14 отдельных компонентов:

- бизнес-среда;
- охрана и безопасность;
- здоровье и гигиена;
- человеческие ресурсы и рынок труда;
- развитие информационных и коммуникационных технологий;
- приоритет путешествия и туризма в доходах страны;
- международная открытость;
- конкурентоспособность цен;
- экологическая устойчивость;
- развитие авиатранспортной инфраструктуры;
- развитие наземной и портовой инфраструктуры;
- развитие туристической инфраструктуры и обслуживания;
- природные ресурсы;
- культурные ресурсы и деловые поездки [20].

Итоговый рейтинг составлен по индексу конкурентоспособности туризма и путешествий 2017 года. Тройка лидеров: Испания, Франция, Герма-

ния. В 2015 году Россия заняла в рейтинге 45-е место, поднявшись сразу на 18 пунктов.

В 2017 она снова упрочила свои позиции, поднявшись еще на две строчки. Соседнее 44-е место занимает Турция, 42-е – Индонезия (табл. 1.1).

Таблица 1.1

## Индекс конкурентоспособности туризма

| 2017 год     |                |             | 2015 год     |                |             | 2013 год     |                |             |
|--------------|----------------|-------------|--------------|----------------|-------------|--------------|----------------|-------------|
| рей-<br>тинг | страна         | ин-<br>декс | рей-<br>тинг | страна         | ин-<br>декс | рей-<br>тинг | страна         | ин-<br>декс |
| 1            | Испания        | 5.4         | 1            | Испания        | 5.3         | 1            | Швейцария      | 5.66        |
| 2            | Франция        | 5.3         | 2            | Франция        | 5.2         | 2            | Германия       | 5.39        |
| 3            | Германия       | 5.3         | 3            | Германия       | 5.2         | 3            | Австрия        | 5.39        |
| 4            | Япония         | 5.3         | 4            | США            | 5.1         | 4            | Испания        | 5.38        |
| 5            | Великобритания | 5.2         | 5            | Великобритания | 5.1         | 5            | Великобритания | 5.38        |
| 6            | США            | 5.1         | 6            | Швейцария      | 5.0         | 6            | США            | 5.32        |
| 7            | Австралия      | 5.1         | 7            | Австралия      | 5.0         | 7            | Франция        | 5.31        |
| 8            | Италия         | 5.0         | 8            | Италия         | 5.0         | 8            | Канада         | 5.28        |
| 9            | Канада         | 5.0         | 9            | Япония         | 4.9         | 9            | Швеция         | 5.24        |
| 10           | Швейцария      | 4.9         | 10           | Канада         | 4.9         | 10           | Сингапур       | 5.23        |
| 11           | Гонконг        | 4.9         | 11           | Сингапур       | 4.9         | 11           | Австралия      | 5.17        |
| 12           | Австрия        | 4.9         | 12           | Австрия        | 4.8         | 12           | Новая Зеландия | 5.17        |
| 13           | Сингапур       | 4.9         | 13           | Гонконг        | 4.7         | 13           | Нидерланды     | 5.14        |
| 14           | Португалия     | 4.7         | 14           | Нидерланды     | 4.7         | 14           | Япония         | 5.13        |
| 15           | Китай          | 4.7         | 15           | Португалия     | 4.6         | 15           | Гонконг        | 5.11        |
| 16           | Новая Зеландия | 4.7         | 16           | Новая Зеландия | 4.6         | 16           | Исландия       | 5.10        |
| 17           | Нидерланды     | 4.6         | 17           | Китай          | 4.5         | 17           | Финляндия      | 5.10        |
| 18           | Норвегия       | 4.6         | 18           | Исландия       | 4.5         | 18           | Бельгия        | 5.04        |
| 19           | Корея          | 4.6         | 19           | Ирландия       | 4.5         | 19           | Ирландия       | 5.01        |
| 20           | Швеция         | 4.6         | 20           | Норвегия       | 4.5         | 20           | Португалия     | 5.01        |

Среди стран бывшего СССР Россия заняла второе место после Эстонии (37-е место). На третьем месте Латвия (54-е место), на четвертом – Литва (56-е место), на пятом – Грузия (70-е место), на шестом – Азербайджан (71-е место), на седьмом – Казахстан (81-е место), на восьмом – Украина (88-е место), на девятом – Таджикистан (107-е место), на десятом – Киргизия (115-е место) (Приложение 1).

По мнению экспертов ВЭФ, наиболее сильные позиции в рейтинге Россия занимает по инфраструктуре воздушного транспорта (22-е место), количеству природных ресурсов (39-е место) и культурных достопримечательно-

стей (25-е место). По конкурентоспособности цен наша страна занимает 11-е место [22].

По качеству туристской инфраструктуры (гостиницы, курорты, развлекательные заведения) у России 116-е место. Низко оценили эксперты и открытость страны для международных путешественников (115-е место).

Среди критериев, по которым оценивалась открытость – визовые требования. По этому показателю Россия на 120-м месте в мире из 136, это хуже, чем год назад. По заключенным двусторонним соглашениям о воздушном сообщении ситуация еще печальнее – здесь Россия заняла 122-е место.

По приоритетности туризма для правительства Россия заняла 95-е место. В качестве отдельных критериев этой позиции эксперты ВЭФ оценивали государственные расходы на развитие туризма (84-е место) и эффективность маркетинга и брендинга в продвижении страны как туристского направления (81-е место). Усилия правительства по развитию сектора туризма эксперты ВЭФ также оценили низко (89-е место).

По экологической ситуации Россия заняла 71-е место. В категории «Здоровье и гигиена» Россия занимает пятое место в мире. Столь высокий результат авторы рейтинга объясняют наличием большого количества врачей и больничных коек, а также отсутствием случаев малярии. При этом по доступу к медицинским услугам Россия только на 94-м месте, а по распространенности ВИЧ – на 106-м.

Низкие места Россия заняла и по позициям, связанным с инвестиционным климатом, защитой прав собственности, легкостью ведения бизнеса (105-е место). По уровню безопасности (включая число убийств и террористическую угрозу) страна оказалась на 109-м месте, поднявшись на 17 мест по сравнению с 2015 годом.

## 1.2. Турция как основное направление российского выездного туризма

Начиная с 2010-х гг. Турция стала одним из самых привлекательных направлений отдыха для россиян наряду с Египтом. Так, по данным Федерального агентства по туризму, в 2012 г. турецкие курорты посетили 2,5 млн. российских туристов, в 2013 г. – 3,078 млн., в 2014 г. их число составило 3,278 млн., достигнув пиковой отметки (Египет все эти годы прочно сохранял вторую позицию – 1,906 млн., 1,909 млн. и 2,565 млн. туристов соответственно).

Число выездов россиян за границу с целью туризма увеличивается более быстрыми темпами, чем прибытия иностранцев в Российскую Федерацию. С 2003 г. по 2011 г. число выездов российских граждан увеличилось в 2,6 раза, в то время как число прибытий иностранных граждан за данный период уменьшилось на 26% раза (рис. 1.1).

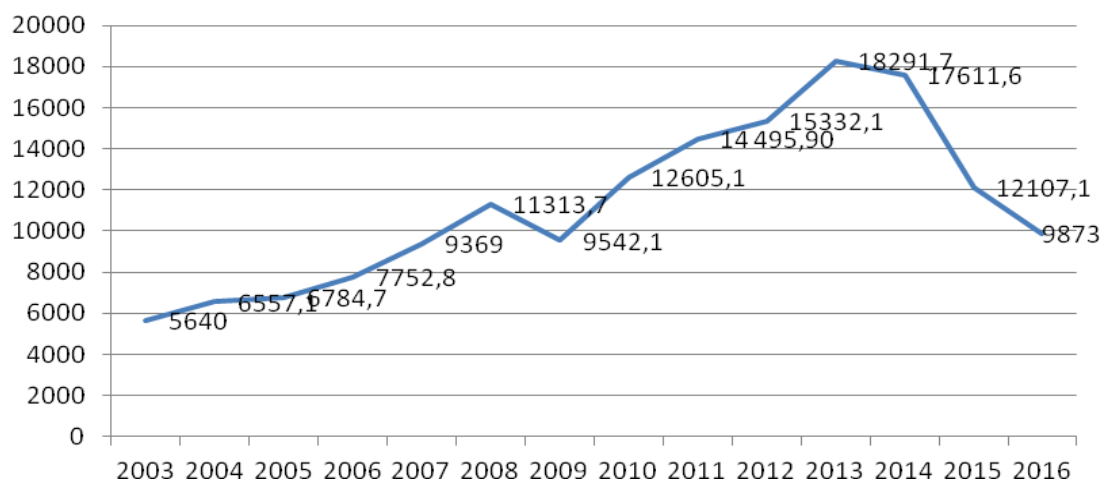


Рис. 1.1. Количество российских граждан, выехавших за границу с целью туризма в 2003-2016 годах, тыс. чел.

Статистика выезда российских туристов за рубеж показала, что, с одной стороны, россияне по-прежнему предпочитают отдыхать за границей. Но следует отметить – темпы роста турпотока замедлились. Если в 2003 г. выезд увеличился на 12,4%, в 2004 г. – на 15,5%, в 2005 г. – всего на 3,5%, в 2006 г. – 14%, в 2007 г. – 21%, в 2008 г. – 21%. В 2009 г. произошел спад в

развитии туризма, количество российских граждан, выехавших за границу отдыхать уменьшилось на 16%, что связано с политическими и экономическими проблемами. В 2010 г. происходит резкое увеличение потоков выездного туризма на 32%, в результате общее количество туристов превысило уровень 2009 года. В 2011 г. рост составил 12% (Приложение 2).

Однако стоит отметить, что подобная картина наблюдалась до 2013 году, в 2014 году в связи с кризисными явлениями в российской экономике благосостояние россиян ухудшилось и, как следствие, упали туристские поездки за рубеж. В 2014 году 1,761 млн. чел. Совершили поездки с туристскими целями, это составило 96,28% от уровня 2013 года, в последующие года продолжался спад туристских поездок: в 2015 году – до 66,19% от уровня 2013 года или 1,210 млн. чел., в 2016 году – 53,97% или 9,873 млн. чел. [47].

Долгие годы Турция являлась лидером по популярности среди российских туристов. В 2011 год Турцию с туристскими целями посетило 2,681 млн. россиян (рис. 1.2).

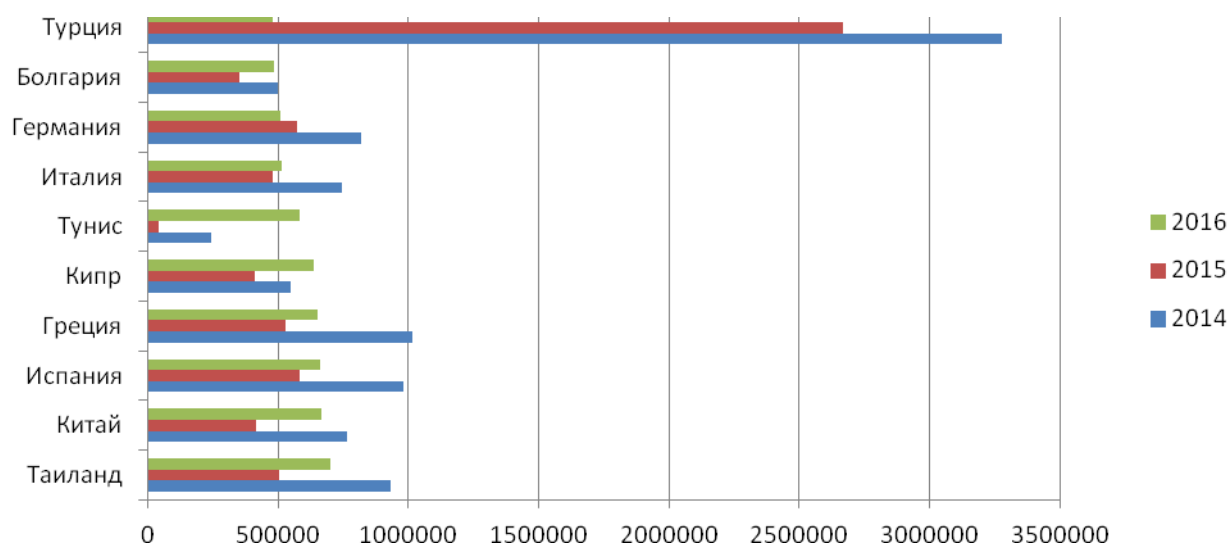


Рис. 1.2. Количество российских граждан, выехавших за границу с целью туризма в 2014-2016 годах по странам, чел.

Анализ посещаемости стран среди российских туристов показывает, что в турцию в 2014 году наблюдался прирост туристов из России +199,8 тыс. чел, в то время как по остальным странам пользующимся

популярностью среди туристов наблюдается отрицательная динамика (рис. 1.3)

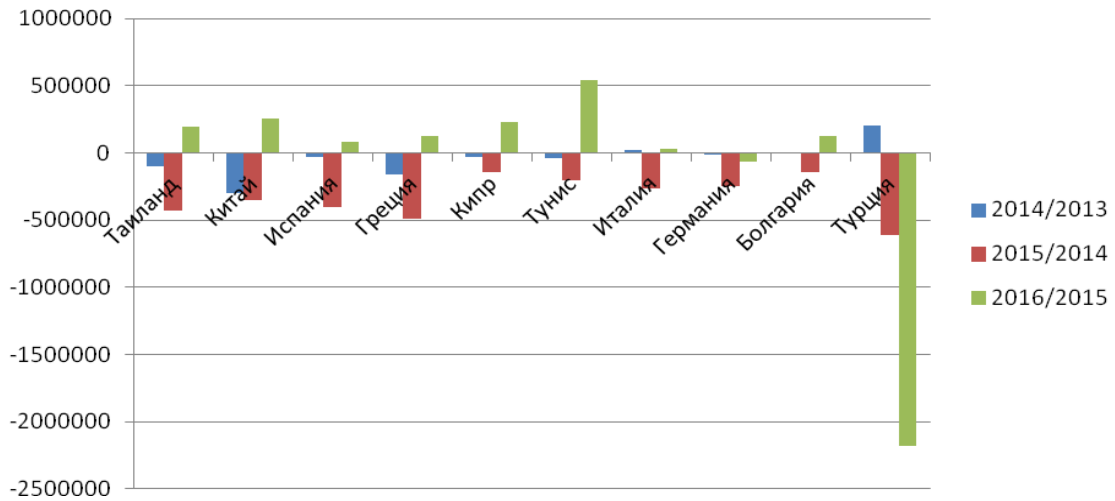


Рис. 1.3. Динамика посещаемости стран среди российских туристов в 2014-2016 годах, чел.

В то же время отметим, что в 2015 году ситуация а туристском рынке России становится еще хуже, и все страны демонстрируют отрицательную динамику. Ситуация улучшается в 2016 году, Таиланд (+194,6 тыс. чел.), Китай (+251,7 тыс. чел.), Греция (+124,4 тыс. чел.), Тунис (+543,1 тыс. чел.) и многие другие показали положительную динамику и рост прибытий туристов из России [54].

Отметим, что по мере выхода из экономического кризиса и выездного роста туристского потока изменились приоритеты среди россиян (рис. 1.4).

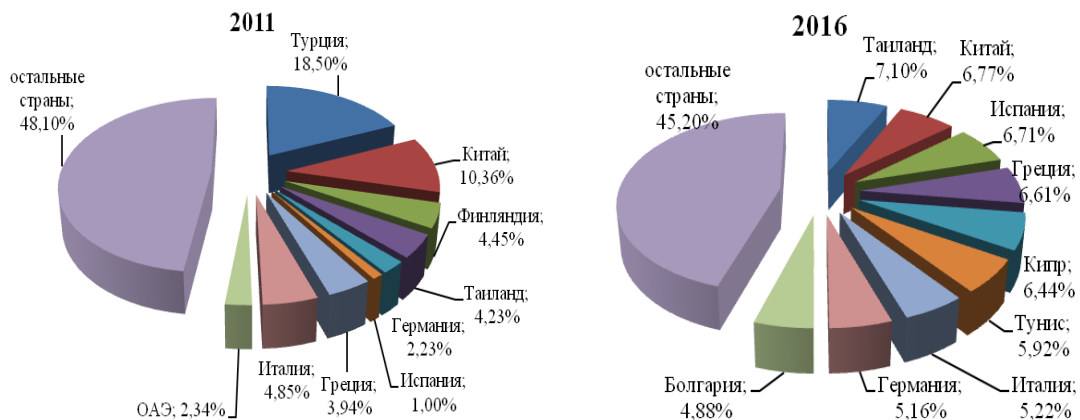


Рис. 1.4. Топ стран для российских туристов в 2014-2016 годах, в процентах



В 2011 году Турция была лидером по популярности среди российских туристов – 18,5% выезжающих за рубеж с целью туризма посещали курорты Турции. В 2012-2013 годах этот показатель упал до 16% и к 2016 году до 4,9%, что связано с экономической ситуацией в России вызвавшей общий спад туристских поездок зарубеж и со сложной политической обстановкой между Россией и Турцией.

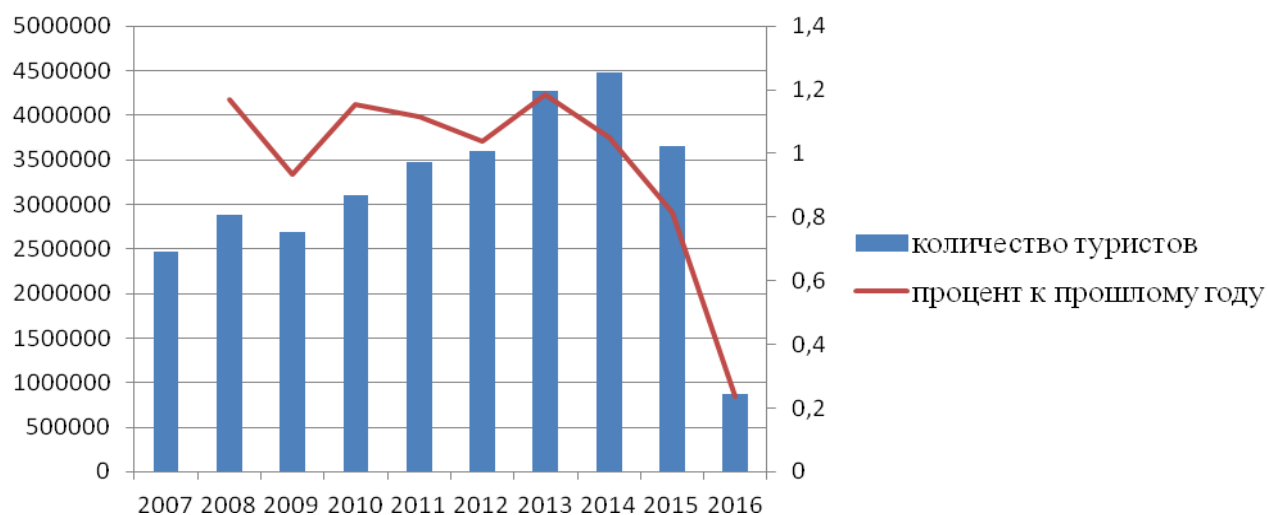


Рис. 1.5. Количество россиян посетивших Турцию в 2007-2016 гг, чел.

В 2015 г. число россиян, выехавших в Турцию с целью туризма, составило 3,5 млн. человек (второе место после Абхазии – 3,8 млн.; Египет переместился по популярности у россиян на 5 место – 2,2 млн.). Всего на долю Турции в 2015 г. пришлось 10% от общего количества российских туристов, выехавших за рубеж.

Согласно турецкой статистике, россияне занимают второе после Германии место по числу въезжающих в Турцию иностранных граждан с 2003 г. (тогда количество въехавших в страну за год россиян впервые превысило 1 млн. человек). Ежегодный доход, приносимый в казну Турции от обслуживания российских туристов, оценивался национальным министерством культуры и туризма в \$4 млрд. [44].

Анализ динамики посещаемости курортов Турции в течение года показал что наиболее популярны летние месяцы (рис. 1.6).

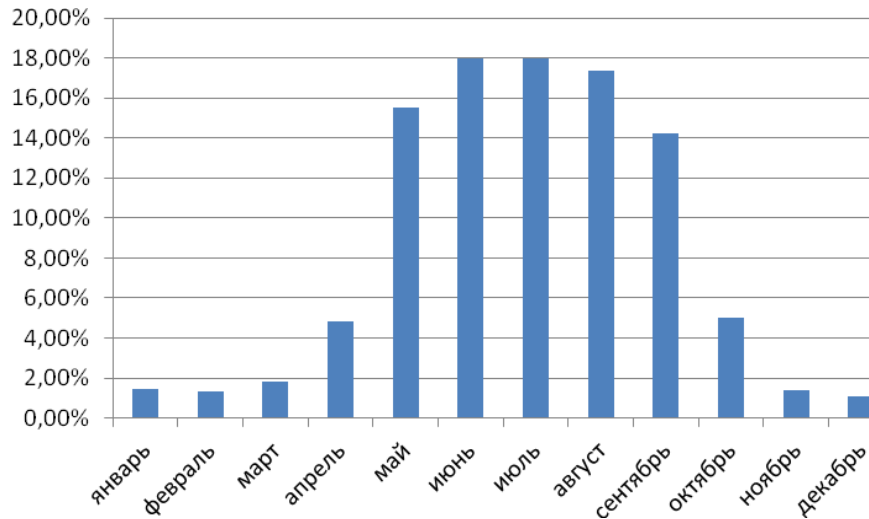


Рис. 1.6. Количество россиян посетивших Турцию в 2014 г., по месяцам в процентах

Так в ноябре-марте Турцию посещает в месяц не более 1-2% или 48,0-82,0 тыс. чел. от общего годового потока российских туристов, июнь-август посещаемость составляет 17-188% ежемесячно или 805,0 -776,0 тыс. чел. В предыдущие годы наблюдалась более плавная динамика посещаемости курортов Турции, в зимние месяцы посещаемость составляла 3-6%.

Количество россиян посетивших Турцию в августе 2007-2014 гг. представлено на рисунке 1.7.

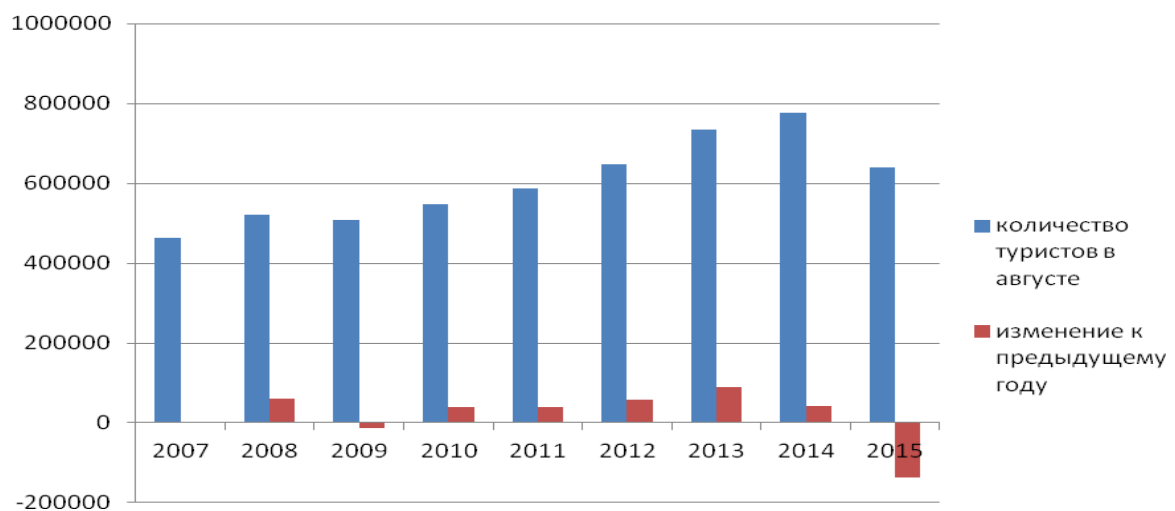


Рис. 1.7. Количество россиян посетивших Турцию в августе 2007-2014 гг., чел.

В апреле 2016 года Турцию посетили 1,75 млн. туристов из-за рубежа – на 28% меньше, чем за аналогичный период годом ранее, следует из данных, опубликованных Министерством культуры и туризма Турции. По данным Reuters, это рекордное сокращение потока иностранных туристов в страну с мая 1999 года. Поток туристов в Турцию в годовом выражении сокращается девятый месяц подряд.

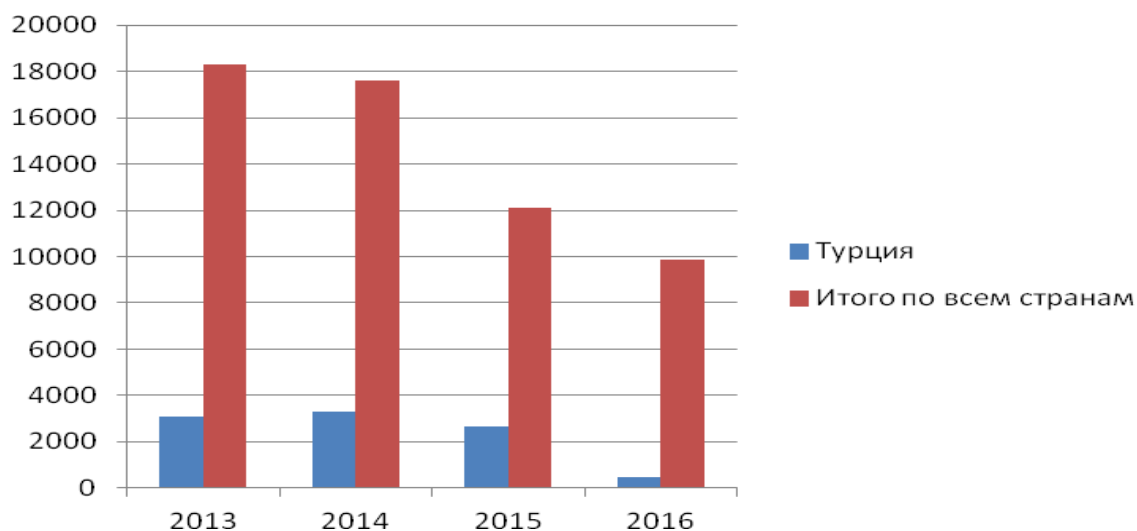


Рис. 1.8. Количество российских граждан, посетивших Турцию с целью туризма в 2011-2016 годах, чел.

Самое существенное сокращение потока в апреле продемонстрировали туристы из России, число которых уменьшилось на 79% по сравнению с тем же периодом годом ранее.

Сокращение связано с введенным российскими властями запретом для турфирм на продажу турпутевок в эту страну, а также отменой с 1 декабря 2015 года чартерных рейсов в Турцию. Сокращение потока туристов из других стран связано с террористическими атаками в Стамбуле, целью которых были именно туристы. В январе 2016 года жертвами теракта в историческом центре Стамбула стали 12 туристов из Германии.

Анализ динамики посещений российскими гражданами Турции с целью туризма в 2014-2016 годах показывает, что на фоне общего спада туристских поездок поездки в Турцию также резко уменьшились (рис. 1.9).

По данным Росстата, за 2015 год Турцию посетили 2665,8 тыс. российских туристов. Страна являлась наиболее востребованной у россиян. Для Турции российский рынок являлся вторым по значимости.

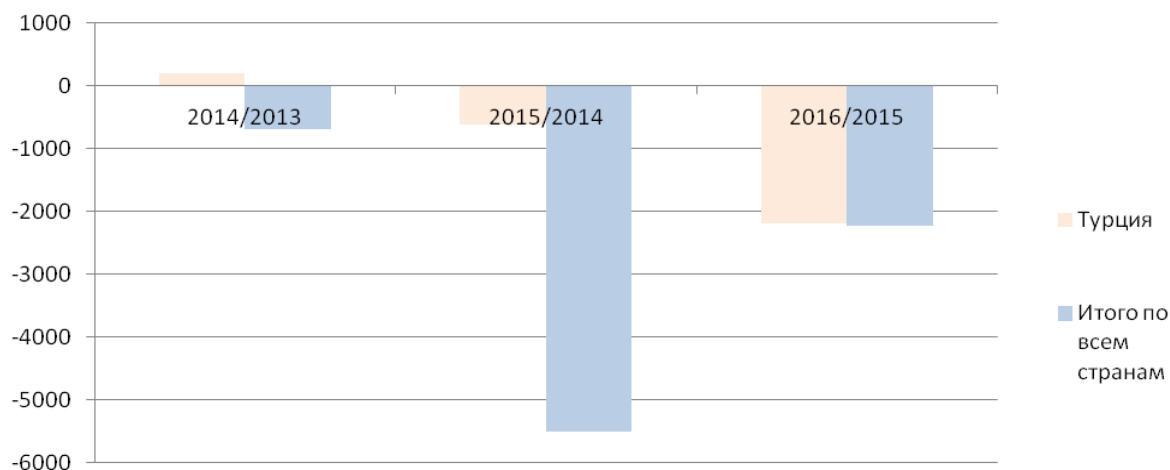


Рис. 1.9. Динамика посещений российскими гражданами Турции с целью туризма в 2014-2016 годах, чел.

Популярность Турции как туристского центра обусловлена несколькими факторами.

1. В первую очередь туристов привлекает благоприятный мягкий климат, чистые воды и пляжи Средиземного моря. Это именно то место, где можно приятно провести время, принимая водные процедуры, загорая под солнцем на чистейшем песке. Курортные зоны Турции имеют богатый подводный мир, который также заманивает туристов. Морскими красотами можно любоваться, проводя прогулку на катере или с помощью подводного плавания. Такие экскурсии могут быть включены в стоимость тура, либо оплачиваются на месте.

2. Прекрасное культурное наследие. Турция славится археологическими достопримечательностями, архитектурными памятниками, музеями, а также известными личностями, внёсшими вклад в развитие человечества.

3. Современные отели и гостиницы. Они привлекают туристов своей роскошью, обслуживанием и богатством. Между турецкими отелями достаточно жесткая конкуренция, поэтому цены на проживание в них приемлемые

и вполне доступные для среднестатистического туриста.

4. Рынки. Торговля и туризм это те отрасли, на которых держится экономика страны. Торговые лавки и магазины предоставляют туристам большой выбор сувениров, тканей, украшений, а также ковров. На рынках Турции всегда можно поторговаться и купить какую-нибудь вещь по очень выгодной цене.

5. Турецкая кухня. Она очень разнообразна за счет смешения кухонь множеств национальностей. Турция славится своими сладостями, они являются некой визитной карточкой этой страны, также стоит попробовать вкусный турецкий чай и кофе.

6. Активный отдых. Благодаря великолепию природы этих мест есть возможность организовывать пешие экскурсии, различные турпоходы, кататься на горных велосипедах, квадроциклах, гидроциклах, такое время проведения оставит массу незабываемых впечатлений и эмоций.

7. Доступный отдых и приемлемые цены. Каждому туристу стоит знать, что выгоднее будет осуществлять покупки за турецкие лиры, а не евро или доллары, так как курс лиры к мировым валютам низкий.

После того как 24 ноября 2015 г. ВВС Турции сбили в Сирии российский бомбардировщик Су-24, Россия ввела в отношении Турции ограничительные меры.

Некоторые из них касались туристического бизнеса. Так, с 1 января 2016 г. в соответствии с указом президента от 28 ноября 2015 г. и постановлением правительства РФ от 30 ноября 2015 г. был введен запрет на чартерные воздушные перевозки между Россией и Турцией.

Ростуризм порекомендовал российским туроператорам и турагентам приостановить продвижение и реализацию туристских продуктов, а также отдельных туристских услуг в Турецкую Республику. МИД РФ рекомендовал россиянам воздержаться от поездок в Турцию. В связи с этим поток российских туристов в эту страну практически сошел на нет.

Чартерная перевозка была открыта 28 августа, и сразу же после этого

туроператоры отметили высокую загрузку первых рейсов и рекордные сроки продаж. В ряде регионов компаниям пришлось ставить дополнительные рейсы и продлять сроки полетной программы.

По данным АТОР, за первые 12 дней после возобновления чартерных рейсов в Анталию отправились более 30 тыс. российских туристов. Всю осень самолеты в Турцию летали с хорошей загрузкой, и впервые за много лет направление оказалось в десятке самых востребованных у россиян на новогодние праздники, чему во многом способствовало отсутствие Египта.

В итоге с января по ноябрь Турцию, по данным министерства туризма страны, посетили более 820 тыс. российских туристов, но это на 77% меньше, чем годом раньше, когда Турция была лидирующим направлением на рынке, приняв более 3,5 млн. россиян.

Согласно данным Ассоциации туроператоров России, в первом полугодии 2016 г. Турцию посетили лишь 184 тыс. российских туристов – на 87% меньше, чем за аналогичный период 2015 г. (1,5 млн.), что принесло стране убытки в размере \$840 млн.

По данным Турецкого института статистики (Turkstat), по итогам первых пяти месяцев 2016 г. доля граждан нашей страны составила всего 1,7% от общего числа въезжающих в Турцию иностранцев (в 2015 г. россиянином был каждый десятый въезжающий страну).

В соответствии с Соглашением об условиях взаимных поездок граждан России и Турции от 12 мая 2010 г., с 16 апреля 2011 г. россияне могли въезжать в Турцию на срок до 30 дней без визы. В мае 2013 г. Турция в одностороннем порядке продлила срок безвизового пребывания граждан РФ на своей территории до 60 дней.

В связи с ухудшением российско-турецких отношений после инцидента со сбитым российским бомбардировщиком с 1.01.2016 г. Россия в одностороннем порядке приняла решение о приостановке безвизового обмена между РФ и Турцией. В свою очередь Турция сохранила безвизовый режим для большинства категорий граждан РФ, введя ограничения только в отно-

шении российских журналистов (с 15.02.2016 г.) и дальнобойщиков (с 1.06.2016 г.). 29 июня 2016 г. состоялся телефонный разговор президентов РФ и Турции Владимира Путина и Реджепа Тайипа Эрдогана, по итогам которого было принято решение о начале процесса нормализации двусторонних отношений. 30 июня 2016 г. Путин подписал указ, отменяющий запрет на реализацию туров в Турцию, а также предусматривающий возможность снятия ограничений на чартерные перевозки между двумя странами.

9 июля 2016 г. в турецком курортном городе Анталья приземлился первый после снятия запрета на продажу туров самолет со 189 туристами из России.

11 июля 2016 г. министр культуры и туризма Турции Наби Авджи выразил надежду, что до конца 2016 г. страну посетят порядка 1 млн. россиян. С 16 по 22 июля 2016 г. Росавиация ввела временный запрет на выполнение регулярных рейсов в Турцию российскими авиакомпаниями в связи с попыткой военного переворота и обострением политической ситуации в стране.

В 2017 году Турция готовится принять рекордное количество российских туристов, после продолжительных санкций и охлаждения отношений между Россией и Турцией, и вернуть себе лидирующие позиции туристического рынка России.

В последнее время туризм получил значительное развитие и стал массовым социально-экономическим явлением международного масштаба. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира.

### **1.3. Современное состояние туризма в Турции в условиях социально-экономической нестабильности**

Являясь 6-м по популярности туристическим направлением в мире, и принимая последние годы более 40 миллионов туристов каждый год, Турция продолжает осуществлять обширные инвестиции, как в существующие, так и новые создаваемые подотрасли этой индустрии.

Обладая выгодным местоположением, значительным потенциалом, реализуя мегапроекты и амбициозные цели, запланированные до 2023 года, туристический сектор продолжает наращивать темпы, которые опережают существующее число спальных мест. Даже при том, что последние несколько лет имел место значительный рост инвестиций, все еще остается вполне достаточное место для создания новых предприятий. Не использованы все возможности для культурного туризма в Восточной и Юго-Восточной Анатолии, и становится все более популярной концепция бутик-отелей, сочетающая характерную местную природу, историю и культуру регионов.

Несколько основных фактов и цифр о туристическом секторе Турции.

На туристическую сферу приходится около 6,2% ВВП Турции, в ней занято примерно 8% населения страны. Турция в настоящее время занимает 6-е по популярности туристическое направление в мире, привлекая ежегодно более 30 млн. туристов, при этом продолжая год за годом показывать положительную динамику роста.

Туристическая индустрия поставила цель к 2023 году увеличить ежегодный прием туристов до 50 млн. человек и доходность до 50 млрд. долларов США [43].

По данным Министерства культуры и туризма в 2015 году Турцию посетили 39,4 млн. туристов, при этом общий оборот туристической отрасли за этот год составил 31,4 млрд. долларов США.

Рост туристической отрасли Турции последние годы выше среднемирового уровня, и прямой вклад отрасли в дефицит текущего баланса в 2015



году составил 80%, в то время как ее вклад в ВВП достиг 4,37% за тот же год.

К концу 2015 года было зарегистрировано 13 615 гостиничных предприятий. 9188 из этих предприятий были лицензированы их соответствующими муниципалитетами, в то время как остальные 4427 лицензий были выданы для ведения туристической деятельности. Общее число мест в этих гостиничных предприятиях превышает 1 250 000.

В настоящее время на стадии реализации 281 проект, которые добавят к ограниченному предложению Турции еще 74 130 столь необходимых спальных мест.

Анталья – самый популярный у туристов город в Турции, исходя из числа посещающих его иностранных гостей. В Анталье, которую в 2014 году посетили 34% иностранных туристов, более 500 4- и 5-звездочных отелей в центре и близлежащих городах, таких как Кемер, Белек и Кас [4].

В 2015 году в Турции работало более 165 гостиничных сетей, при этом 15% этих отелей принадлежали международным инвесторам.

Протяженность береговой линии Турции 7200 км, и страна занимает 2-е место среди 38 стран по числу пляжей, имеющих синий флаг, – всего 436 таких пляжей; больше пляжей с синим флагом, чем у Турции, только у Испании – 578. В Турции есть также и 22 пристани для яхт, отмеченных синим флагом.

С точки зрения возможностей геотермального туризма Турция входит в семерку лучших стран в мире и занимает 1-е место в Европе, располагая 1500 термальными источниками. Число спальных мест на различных термальных СПА-курортах достигло в сумме 55 140 [58].

Турция также находится на стадии развития гольф-туризма, предлагая 15 лицензированных для туризма гольф-курортов. Большинство полей для гольфа в Турции использует бермудскую траву, которая идеально подходит для средиземноморского климата и служит более десяти лет.

Основываясь на показателях туризма за 2015 год, Euromonitor International составила список 100 наиболее посещаемых городов мира, в ко-

тором Анталя занимает 10-е место с 11,1 млн. иностранных гостей.

В связи с ростом глобальных связей, в немалой степени благодаря своему благоприятному географическому положению, большое внимание к себе привлекает Стамбул. Недавно он стал 5-м наиболее посещаемым городом согласно Всемирному рейтингу посещаемых городов за 2015 год компании MasterCard с более чем 11,8 млн. зарубежных и местных гостей в год.

В отчете по рейтингу стран и городов Международной ассоциации конгрессов и конференций за 2014 год Стамбул сохранил свое присутствие в первой десятке как один из самых популярных городов в мире для проведения конгрессов. Заняв 8-е место в мире в 2014 году со 130 конгрессами, Стамбул с 2010 года постоянно входит в этот топ-10 [5].

Турецкое правительство предлагает программы стимулирования и проводит политику, предлагающую сниженные цены на коммунальные услуги и пониженные налоговые ставки, решительно устраняя любые бюрократические барьеры, которые могут препятствовать росту туристического сектора.

В 2015 году Турцию посетили 36,244 миллиона туристов, говорится в отчете Министерства культуры и туризма Турции. По данным отчета, за указанный период доходы Турции от туризма составили 31,4 миллиарда долларов.

В 2016 году число посетивших Турцию туристов сократилось, соответственно, сократились и доходы от сферы туризма. Но благодаря рекламно-маркетинговой работе в будущем ситуация в сфере туризма Турции нормализуется, говорится в документе.

С первого января по 31 мая 2016 года в Турции были созданы 498 новых турагентств, аннулированы лицензии 189 турфирм. В настоящее время в Турции функционируют 9033 турагентства.

Турция продолжит поощрять деятельность турфирм для расширения туристического потока, сказал накануне министр культуры и туризма Турции Наби Авджи. По его словам, в 2017 году турфирмы категории «А» получат субсидии в размере шести тысяч долларов на каждый самолет с туристами.

Правила распространяются на регулярные и нерегулярные рейсы, которые реализуются из аэропортов «Газипаша-Алания» в Анталье, «Даламан» и «Милас-Бодрум» в Мугле, а также нерегулярные рейсы из аэропортов «Аднан Мендерес» в Измире и «Зафер» в Кутахье.

С первого июня и по 31 августа размер субсидий будет увеличен на 30 процентов, если из общего числа пассажиров самолета в 200 и более человек по меньшей мере 150 будут составлять лица, которые приобрели туры в определенном турагентстве.

Согласно данным отчета, число иностранных туристов, посетивших Турцию в первые девять месяцев 2016 года, достигло 20,25 млн., что почти на 10 млн. меньше, чем в 2015 году (29,76 млн.) [12].

Исследование показало, что число туристов снижается на более чем 30% ежемесячно, начиная с мая. Самые крупные уменьшения турпотока зарегистрированы в июне (40,86%) и в августе (37,96%). Что касается россиян, то их число снизилось на 60% в сентябре 2016 года и составило порядка 7% от общего числа.

Самыми сильно повлиявшими факторами на спад потока туристов в Турцию надо признать рост террористической угрозы, попытку военного переворота 15 июля 2016 года, введенный с 21 июля 2016 года режим чрезвычайного положения (продолжается до сих пор), а также кризис в российско-турецких отношениях.

По данным министерства, больше всего иностранцев в 2016 году прибыло в страну из Германии – (3,89 миллиона), Грузии (2,21 миллиона) и Великобритания (1,71 миллиона). Из России в Турцию приехало 866 тысяч туристов, что на 76,3% меньше показателя 2015 года. Самыми посещаемыми регионами страны были Стамбул (9,22 миллионов), Анталья (5,95 миллионов), Эдирне (2,85 миллионов) [50].

Доходы от туризма в Турции, которые очень важны для снижения дефицита платежного баланса, снизились в 2016 году на 29,7% по сравнению с 2015 годом.

Больше всего из европейских рынков Турция потеряла в Италии (минус 28,6%). Снижение по числу фактических прибытий уже показали такие важные для Турции рынки, как Германия (минус 6,1%), Великобритания (минус 9,5%), Греция (минус 18,1%). Помимо европейских стран, резко вниз пошли и турпотоки с азиатских рынков: так, за первые два месяца 2016 года число прибывших в Турцию из Японии снизилось на 58,5%, из Южной Кореи – на 44%.

О падении объема продаж по Турции на британском рынке до 40% сообщали такие крупные туроператоры, как TUI и Thomas Cook. Вообще, по данным АВТА (Ассоциации британских тургентов), в 2016 году объемы продаж по Турции рухнут на рынке страны на 50% и более.

В Германии отмечали падение объема бронирований по Турции на 40%. По соображениям безопасности немецким бизнесом были отменены многие MICE-мероприятия, запланированные в Стамбуле и ряде других крупных городов. Показатель отношения к Турции немецкого туристического рынка – отмена в апреле на курорте Кушадасы встречи немецкой туристической ассоциации DRV, участниками которой должны были стать более 600 туристических агентств со всей Германии.

Теряла Турция и на круизном рынке: международные круизные компании, такие как MSC и Crystal Cruises, отменили заходы в порты Стамбула и Измира.

Ситуация с мигрантами, обострившееся противостояние с курдами внутри страны, конфронтация с Россией, общая политическая напряженность, а главное, непрекращающиеся террористические атаки, поставили Турцию в один ряд с Египтом. По данным британской консалтинговой компании RSK, работающей с ведущими туристическими операторами Великобритании, только за последний год в Турции зафиксировано в общей сложности 258 терактов. И хотя большинство из них произошло на границе с Сирией, вдали от традиционных туристических районов, туристов это беспокоит, и они выбирают места, где чувствуют себя безопаснее.

4 января 2017 года Министерство культуры и туризма Турции приняло новую стратегию по преодолению спада туристической индустрии.

Министерство культуры и туризма Турции подготовило новую карту, которая охватила 81 провинцию и стала новой стратегией развития туризма на ближайшие годы. В новой стратегии туризма устанавливается необходимость расширения прибрежного туризма за пределы альтернативных туристических продуктов. По планам министерства до 2023 года поток туристов должен увеличиться до 50 миллионов в год, а доходы от туризма должны увеличиться до 50 миллиардов долларов. Согласно докладу в газете «Haberturk Аукан» новая стратегия заключается в следующем.

Основная цель Стратегии развития туризма Турции до 2023 года – войти в пятерку туристически развитых стран в мире с максимальным по количеству прибывших туристов и полученной прибыли от туристической деятельности [65].

Достижение цели предусматривает разработку и реализацию стратегий развития туризма:

- инвестиционная стратегия;
- организационная стратегия;
- стратегия исследований и разработок;
- стратегия развития инфраструктуры;
- маркетинговая стратегия;
- образовательная стратегия;
- стратегия осуществления высококачественного обслуживания;
- стратегия диверсификации турпродуктов;
- стратегия расширения рамок сезона [45].

Стратегией выделено 3 группы туристических зон (9 туристических зон): по термальным источникам; по культурно-историческим ресурсам; зоны, где наиболее развит пляжный отдых.

Коридоры развития туризма – современные транспортные коридоры между населенными пунктами, зонами развития туризма, отелями и прочими

местами отдыха и развлечений. Так, на сегодняшний день в Турции выделяют следующие коридоры:

1) оливковый коридор – регион будет развиваться как место для здоровья, с наличием многочисленных видов растений.

2) зимний коридор – коридор создан для развития зимнего туризма, акцент развития на природных, культурных и исторических достопримечательностях.

3) религиозный коридор - создан для развития религиозного туризма.

4) шелковый путь – расположен на историческом месте «Шелкового пути», разработан для развития экотуризма, а также зимней туристической инфраструктуры региона.

5) коридор Черного моря – усилия направлены на развитие внутреннего туризма, маршрут которого будет соединять прибрежные города страны.

6) плато коридора – включает в себя пейзажи и прибрежную культуру.

7) культурный коридор – расположенный на Европейском крыле Мраморного моря, создан для устойчивого общественного развития, сохранения культурного наследия и налаживания межкультурного диалога.

В новом контексте стратегии определено достижение следующих целей: «Развитие туристических зон»; «Прибрежные коридоры»; «Направления»; «Туристические города».

Прибрежные коридоры:

- в Трабзоне, Ризе и области Гиресун, простирающейся от Ардагана Фатсы образуется прибрежный коридор, который станет центром развития горного туризма;

- Хопа, Финдикли, Ризе, Трабзон, Гереле, Гиресун, Ефирли, Фатса, Яликой, Самсун, Синоп, Инеболу, Сиде, Амасра и Акчакоца станут городами для развития системы портов;

- Стамбул, Трабзон, Самсун, Анталья, Кушадасы, Чешме, Куликой и Измир станут городами с портами для приема круизных судов. В качестве туристического города будет предложен Мака;

- Синоп с Акчакоца будут развивать сферу туризма в западной части Черного моря;
- Болу, Кастамону и область Синоп между ними будут развивать сферу экологического туризма;
- в области Мардин-Тарс между восточной частью Средиземного моря и юго-востоком будет создан центр кулинарного туризма;
- Хаккари и Юксекова попадут в фокус развития зимнего туризма;
- озеро Ван, Стамбул, рыбные порты в Эгейском море и на побережье Черного моря будут восстановлены и реконструированы для того чтобы могли быть использованы в целях привлечения туристов;
- Ван, Газиантеп, Шанлыурфа, Мардин и окрестности Невшехира будут развиваться как тематические регионы после дополнительного объявления;
- Кахта Эрзинджана будет ориентирован на развитие экологического туризма;
- Карс, Мардин, Шанлыурфа, Адьяман, Газиантеп, Адана, Хатай, Стамбул, Тарсус, Невшехир, Измир, Конья, Стамбул, Бурса, Эскишехир и Трабзон будут ориентированы на развитие культурного и религиозного туризма.

Для ориентированного размещения туристов будут выбраны Измир, Анталья, Анкара и Стамбул. От Трабзона Хатая будут осуществляться перевозки морским транспортом.

Восстановление туристической отрасли в 2017 году играет большую роль для турецкой экономики, которая рассчитывает использовать доходы от туризма для покрытия части дефицита бюджета, который, как ожидают опрошенные Bloomberg экономисты, в этом году может вырасти до 4,7% ВВП.

Увеличению количества туристов также способствовало снижение средней стоимости проживания в турецких отелях. Так, средний чек за сутки проживания в стамбульских отелях снизился со €112 евро в апреле 2016 года до €78,5 в апреле этого года.

При этом загруженность отелей выросла с 52,9 до 61,2%, следует из данных турецкой ассоциации туристических отелей и инвесторов. Количество путешественников, выбирающих Турцию своим местом отдыха, начало сокращаться в апреле 2015.

Наиболее существенные изменения были выявлены с начала 2016 года, когда число иностранцев стало уменьшаться на более чем 10%. Наиболее «пострадавшими» городами стали Анталья (31,76%), Стамбул (28,08%) и Мугла (9,59%).

После инцидента с российским самолетом число российских туристов на курортах страны в 2016 году сократилось на 80%. Как передает министерство туризма Турции, в 2017 году российский турпоток уже вырос на 229 процентов по сравнению с первыми четырьмя месяцами прошлого года и составил 319 904 туристов.

Данные компании Turizmdatabank, занимающейся анализом и исследованиями в сфере экономики и туризма, подтверждаются, что въездной турпоток из России, который за пять месяцев 2017 года вырос на 30% по сравнению с тем же периодом прошлого года, обеспечивает рост общего количества отдыхающих в Турции, в то время как европейский турпоток в Анталью по-прежнему сокращается, сообщает Ассоциация туроператоров России (АТОР). Турпоток из Германии – ещё одного важного для Турции рынка – в апреле вырос на 12,69%, составив 262 730 туристов. Турпоток из Грузии увеличился в апреле на 8,72%. В среднем заполняемость курортных отелей составила 61%.

В соответствии с целью исследования необходимо провести анализ развития туризма в Турции, рассмотреть особенности климата и рекреационных ресурсов в различных областях страны и специфику туров.



## **2. Анализ конкурентоспособности туристского предложения Турции в условиях социально-экономической нестабильности**

### **2.1. Анализ природно-рекреационного и культурно-исторического потенциала Турции**

Турция воплощает в себе влияние множества культур, оставивших в свое время след в истории и на географической карте и уходящих корнями в эпоху первых на планете цивилизаций. Многие народы строили здесь свои империи, обусловив необычайное многообразие страны. Сегодня гости Турции могут ощутить современный ритм жизни, соседствующий со свидетельствами далекого прошлого.

Все это делает Турцию особой в географическом и историческом отношении страной, где моря встречаются с горами, где соседствуют разные культуры. Вот почему Турция становится все более популярным туристическим направлением для всех, кто ищет совершенной гармонии природы, истории и культуры. Турецкая республика (Turkiye Cumhuriyeti) располагается в Западной Азии и частично в Южной Европе, омывается на севере Черным морем, на юге – Средиземным морем, на западе – Эгейским морем. Площадь страны 814 578 кв.км. Столица государства – Анкара (Ankara). Крупнейший город – Стамбул (Istanbul).

Европейская часть Турции, называемая Восточной Фракией или Румелией, представляет из себя холмистое плато (1000 м над уровнем моря), с севера оно граничит с Болгарией, с запада – с Грецией. Азиатская часть Турции носит название Анатолия, европейская же часть составляет всего около 3% территории [54].

Страну можно условно разделить на семь физиографических регионов: Фракия и побережье Мраморного моря, регион Эгейского и Средиземного морей, Черноморский регион, западная Анатолия, Анатолийское плоскогорье, восточное нагорье, юго-восточная Анатолия.

Фракия и побережье Мраморного моря – равнинный регион, на востоке

которого поднимается горная цепь с горой Улу (Олимпус) (2543 м). Побережье Эгейского и Средиземного морей узкое и холмистое [67].

Анатолийское побережье Черного моря обрамлено Понтскими горами. Западная Анатолия состоит из неровных горных цепей и речных долин, отделяющих Эгейское побережье от Анатолийского плоскогорья - самого крупного региона страны, со всех сторон окруженного горами. Самая высокая точка этого региона – гора Эрсиес (3916 м).

Восточное нагорье является самым гористым регионом Турции. Там находится знаменитая гора Арарат (5137м), к которой пристал Ноев Ковчег. Там же берут начало реки Тигр (Дикле) и Евфрат (Фират) [48].

Юго-восточная Анатолия – низкое плоскогорье, с севера, востока и запада окруженное горами. Высочайшая вершина Западной Анатолии – гора Улудаг (2453 м).

Практически все реки Турции порожистые и несудоходные, некоторые летом пересыхают. Самой длинной рекой страны является Кизил-Ирмак (1150 км). Два крупнейших озера Турции – озеро Ван и озеро Туз – соленые пресноводные озера Бейзегир, Эгридир и Бурдурал находятся на юго-западе страны [51].

В 2013 году Турцию посетили 34,910 млн. туристов, а их число в 2014 году составило 36,837 млн. туристов. По числу гостей страны Турция стала 8-м и 7-м в мире по популярности направлением в 2014 году и в 2015 году соответственно (рис. 2.1).

Доходы Турции от туризма составили 34 млрд. долларов США в 2014 году и 37 млрд. долларов США в 2015 году. К 2023 году туристическая отрасль страны ставит перед собой задачу войти в пятерку мировых лидеров по числу туристов и доходов от туризма. В 2010 году Стамбул стал «Европейской культурной столицей года» [55].

Доля доходов от туризма в общем объеме ВВП в 2014 году составила 5,4%, а в объеме экспортных поступлений страны – 20,8%. В Турции расположено 1300 термальных источников, вследствие чего Турция занимает

седьмое место в мире и второе место в Европе по потенциалу геотермальных ресурсов. Специализированные учреждения термального лечения страны способны принять 35 000 человек.

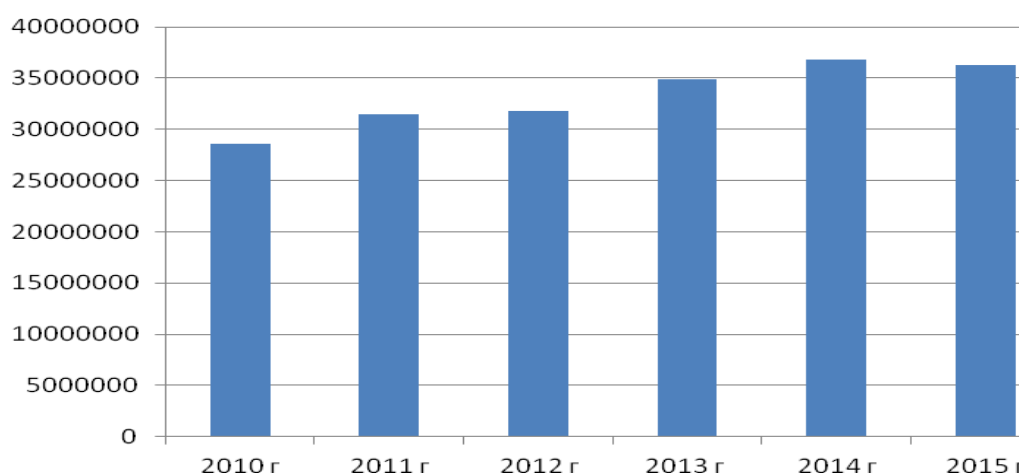


Рис 2.1. Количество иностранцев, посетивших Турцию по годам, чел.

В Турции действует 20 центров лыжного спорта, 14 полей для игры в гольф и около 40 пристаней для яхт [61].

В 2015 году авиакомпания «Турецкие авиалинии» была выбрана «Лучшей авиакомпанией Южной Европы» (награда Skytrax World Airline Awards). В 2010 году авиакомпания «Турецкие авиалинии» получила награду «Лучшее обслуживание на борту эконом-класса в мире» (награда Skytrax World Airline Awards). В 2014 году аэропорт Анкары TAV Esenboga был признан лучшим аэропортом Европы в категории «5-10 миллионов пассажиров». (Международный Совет Аэропортов – ACI). В 2014 году число авиапассажиров в Турции превысило 85,2 млн. человек. Стамбульский Аэропорт Ататюрк Турецких Авиалиний был назван «Лучшим аэропортом в Южной Европе» в 2015 г. (награда Skytrax World Airline Awards).

В соответствии со вступившей в силу в 1983 году «Конвенцией об охране всемирного культурного и природного наследия» в мире зарегистрировано 878 объектов культурного и природного наследия. В их число входят обладающие одновременно мировой культурной и природной ценностью девять объектов в Турции: исторические районы Стамбула, города Сафранболу

и Хаттушаш (Богазкой) – столица хеттского государства, гора Немрут, район Ксанф-Летоон, Большая мечеть и больница Дивриги, легендарный город Троя, источник Памуккале-Хиераполис и Национальный парк Гереме в Каппадосии.

В Турции развит пляжный отдых, но отметим что в последние время наблюдается развитие и горнолыжного, оздоровительного и экотуризма. рассмотрим их более подробно. А также происходит рост популярности таких видов туризма, как дайвинг, альпинизм, яхтинг, экскурсионно-познавательный, который чаще всего туристы предпочитают сочетать с пляжным [63].

Пляжный туризм. Турция знаменита своими гостеприимными пляжными курортами, куда в туристический сезон приезжает множество туристов. И неудивительно, если принять во внимание массу преимуществ, которыми обладают курорты Турции. По количеству туристов страна является одним из мировых лидеров и безусловным авторитетом на Средиземноморье. Этот статус Турции удалось получить благодаря огромному количеству курортов Мирового уровня, а также оптимальному сочетанию цены и качества. На побережье Эгейского моря пляжи от природы в основном галечные, на Средиземноморье встречаются разные. Нередко на галечные пляжи насыпают песок. Все пляжи чистые. Промышленные предприятия в курортных зонах отсутствуют. Медузы и акулы в водах не наблюдаются [30].

Также здесь помимо пляжного отдыха организуются многочисленные развлечения, от ночных клубов до музейных выставок. И, наконец, погода. Самые лучшие курорты Турции – на Эгейском и Средиземном море, где сухо и жарко на протяжении всего туристического сезона. Единственный недостаток заключается в том, что в разгар лета температура воздуха может быть излишне высокой, но в конце весны и начале осени (и это лучшее время для отдыха) здесь стоит мягкая приятная погода.

Самые популярные курорты Турции, расположенные на побережье Эгейского и Средиземного моря, – это Анталия, Алания, Измир, Мармарис, Кемер и Бодрум, крупнейшие туристические центры этой страны (рис. 2.2).

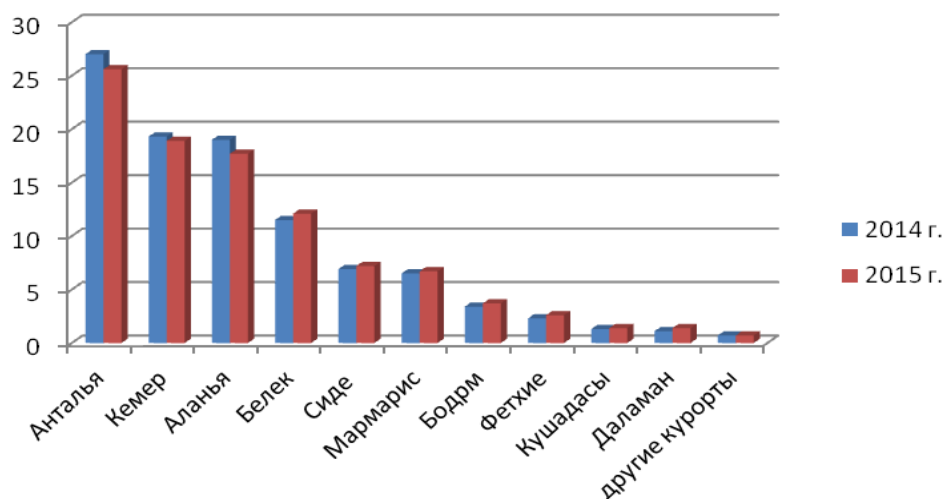


Рис. 2.2. Распределение курортов Турции по объему туристов в 2014-2015 гг., в процентах

Самыми популярными курортами в Турции стала Анталья 25,6% туристов в 2015 году, Кемер – 18,9%, Аланья – 17,7%, Белек – 12,1%, Сиде – 7,2%, Мармарис – 6,7% (см. рис. 2.2).

Отметим, что в сравнении с 2014 годом в крупным курортах Турции отмечается небольшое уменьшение туристов – в Кемере на 1,5%, Сиде на 0,4%, Белеке на 1,2%, в то время как в Анталье произошло увеличение потока туристов на 0,6%, набирают популярность горнолыжные курорты.

Другое направление туризма в Турции, которое стремительно набирает обороты – горнолыжный туризм. Отдых на горнолыжных курортах Турции с каждым годом становится все более популярным. Манящие турецкие горы, большой выбор прекрасно подготовленных трасс для новичков и продвинутых лыжников, развитая туристическая инфраструктура, великолепный турецкий сервис, не утомительный перелет – главные составляющие успеха турецких горнолыжных курортов.

Континентальный климат обеспечивает прекрасную зимнюю погоду на протяжении семи месяцев в году – с ноября по май на вершинах турецких гор лежит снег. Наилучшее время для отдыха на горнолыжных курортах Турции – период с середины декабря до середины апреля. При нормальных погодных

условиях снежный покров достигает высоты двух-трёх метров [64].

Турецкие горнолыжные курорты Улудаг и Паландокен – это сравнительно молодые, но живописные пейзажи, благоприятные климатические условия и развитая туристическая инфраструктура, пользующиеся у европейцев не меньшим спросом по сравнению с курортами Австрии, Швейцарии или Италии. Зимний отдых в Турции не так популярен, как на европейских курортах. Горнолыжные курорты вполне соответствуют мировым стандартам и являются более дешёвыми. Благодаря этому их популярность с каждым годом растёт.

Наилучшие шансы стать самым притягательным местом в Турции для любителей горнолыжного отдыха имеет Паландокен. Туристический район Эрзурум-Паландокен представляет собой современный горнолыжный курорт Турции, расположенный на склонах горы Паландокен в 6 км от центра города Эрзурум и в 15 км от аэропорта. Курорт славится одними из самых протяжённых (12 километров) и сложных спусков в мире. Здесь довольно много трасс, подходящих для скоростного спуска для лыжников разного уровня подготовки, лыжных кроссов и «Heli-ski» – подъёмов на вертолёт на горные вершины с последующим спуском на лыжах или сноуборде [66].

Хотя снег на горных вершинах не тает с ноября по май, все же лучшая погода на лыжных курортах Турции стоит в середине зимы – начале весны. С декабря по март здесь лежит толстый слой снега, а температура не опускается ниже 8-9°. Хотя зимних курортов в Турции достаточно много, на лидирующих позициях сегодня держатся Паландокен, Улудаг и, конечно, Сарыкамыш.

Самый популярный горнолыжный курорт на западе Турции – Улудаг. Он расположен неподалеку от Бурсы. Считается фешенебельным и, по турецким меркам, дорогим. Улудаг в переводе означает «Огромная гора», но на самом деле, на курорте преобладают трассы простой и средней сложности, что делает его наиболее привлекательным для семейного отдыха и новичков. Зимой Улудаг – это отличный горнолыжный курорт, а летом здесь предо-

ставляется прекрасная возможность для пикников, пеших и велосипедных туров по территории национального парка. Курорт расположен на территории национального парка, в 170 км от Стамбула и в 34 км от Бурсы и в 170 км.

Улудаг признан самым крупным центром зимнего отдыха в Турции, предлагающим своим гостям ухоженные трассы, отличное размещение, большой выбор развлечений на любой вкус. Малыши здесь делают первые шаги на лыжах под присмотром опытных инструкторов. А в отелях детей ждут игровые автоматы и развлекательные программы. Молодежь проводит время на дискотеках, здесь под открытым небом часто проходят концерты турецких эстрадных звезд. Люди солидного возраста предпочитают неспешные прогулки по лесу или просто загорают. И все это под лучами яркого солнца, среди изумительной природы [68].

Горнолыжный Улудаг подходит как для семейного отдыха, так и для любителей мягких спокойных спусков. Широкие трассы в большинстве своем проходят в лесу с великолепными выкатами. Они больше всего подходят для начинающих горнолыжников и для детей. Для опытных лыжников есть более длинные и крутые трассы вне зоны леса. Снежный покров сохраняется с 20 декабря по 20 марта. Трассы для катания на горных лыжах расположена на высотах 1 750 – 2 547 м над уровнем моря. Толщина снежного покрова достигает 3 метров. Здесь созданы все условия для проведения соревнований по слалому, лыжным гонкам, биатлону, а так же проведения лыжных туров.

В последние годы Улудаг признан одним из наиболее фешенебельных и элегантных горнолыжных курортов. Несмотря на это вы всегда сможете подобрать достойное размещение по вашему бюджету: первоклассные отели, отличный сервис. Особенность Улудага (как и всех остальных горнолыжных курортов Турции) то, что здесь каждый отель имеет собственные подъемники, и пользование ими включено в стоимость проживания.

Оздоровительный туризм. Безусловно, оздоровительный отдых – не самая популярная цель поездок в Турцию. Тем не менее, в стране находится

несколько известных бальнеологических курортов – это всемирно известный Памуккале. Местные источники создают не только красивые пейзажи, но и лечат заболевания сердечно-сосудистой системы, нервной системы, опорно-двигательного аппарата, почек и мочывыводящих путей, гинекологические заболевания и заболевания кожи. В переводе с турецкого языка Памуккале означает «хлопковый замок». Хрустальные струи воды, обогащенные кальцием, тысячелетиями стекали по склону горы и образовали причудливые белоснежные известковые террасы. Они наполнены целебной водой с удивительными лечебными и омолаживающими свойствами [59].

Минеральная вода и целебные грязи оказывают благотворное влияние при лечении ревматизма, остеохондроза, глазных, сердечных, кожных и других заболеваний. Однако не только красота и необычность этого места привлекают тысячи туристов со всего света. Рядом с этим чудом природы находятся руины древнего города Хиераполиса, сохранившиеся со времен Пергамского царства. Кроме того древний театр Аполлона, самый большой Некрополь на территории Турции, римские бани, ворота и улицу Домитиана. Программа пребывания в Памуккале включает также посещение бассейна с минеральной водой, температура которой +35 градусов.

На берегу Эгейского моря находится бальнеоклиматический курорт Чемше. Неподалеку от Стамбула, в весьма живописной местности, расположен бальнеологический курорт Ялова. Еще одним бальнеологическим курортом является один из крупнейших городов Турции-Бурса.

Экотуризм. Безусловным центром экотуризма в Турции является Каппадокия. Древняя Каппадокия – это целая страна удивительных пейзажей, расположенная в центре Турции. Три миллиона лет назад, во время извержения вулканов, раскаленная лава, растекавшаяся по поверхности, кардинально изменила пейзаж местности. На протяжении веков ветер, водяные потоки, резкие перемены климата разрушали слои лавы. Так и образовались долины, расщелины, каньоны и холмы причудливых конусообразных форм. Впечатляют также подземные города с действующими и поныне системами вентили-



ляции и водоснабжения. Прямо внутри скал высечены прекрасно сохранившиеся церкви, которым около 2000 лет. Благодаря миссионерской деятельности Святых Петра и Павла, живших и проповедовавших в то время на землях Анатолии, быстрое распространение получило христианство. В III веке Каппадокия становится одним из основных центров христианства, наибольшего расцвета она достигает во времена Византийской империи.

Главные достопримечательности Каппадокии объединены в национальный парк Гереме, охраняемый государством и занесенный Юнеско в список «Всемирного наследия человечества». Еще одним центром экотуризма является все тоже Паммукале [40].

Весьма популярен в Турции рафтинг. Сплавами по горным рекам руководят опытные инструкторы. Рафтинг – это увлекательное путешествие по горной реке на каноэ или на специальных плотах. Опытные инструктора предоставят всю необходимую информацию и обеспечат снаряжением.

Дайвинг. В Турции очень много подходящих мест для дайвинга. В Кемере можно посмотреть на затонувшее судно, подводные пещеры, в Калкане воды богаты красивыми и разнообразными подводными обитателями, в Фаллзы очень удобные точки для погружения, в Кыркгезе находятся подводные пещеры со сталактитами, сталагмитами и туфовыми образованиями, Мерсин отличается чистой и прозрачной водой.

Джип-сафари – этот вид отдыха для тех, кто желает увидеть жизнь турок в глубинке. Поднимаясь по серпантину в гору, вниманию туристов предстанут уголки природы, не разрушенные деятельностью человека.

На обед предложат рыбу, которую выловят из чистейших горных озер в присутствии туристов.

Альпинизм. В Турции высота горных вершин колеблется в пределах от 3250 м до 5165 м, гора Агри (Арагат), самая высокая (5165 м) вершина в Анатолии, что дает прекрасные возможности для восхождения, необходимо разрешение турецкого Клуба альпинизма [32].

Яхтинг. Обычно морские круизы в Турции проводятся на комфортабельных яхтах типа «Gulet». Это турецкие парусно-моторные яхты, изготовленные

из тика или сосны, с чуть приподнятым бушпритом, просторной кормой и невысокой рубкой. Они различаются по дизайну и размерам. Яхты «Gulet» зачастую имеют от 4-х до 10-ти двухместных кают, каждая из них обычно оборудована кондиционером, туалетом, душевой кабиной с горячей и холодной водой, феном, что позволяет комфортабельно разместить на борту от 6 до 20 человек.

Важно выявить те факторы, которые являются потенциальными носителями угроз для развития туризма в Турции.

Также целесообразно знать внешние факторы, изменение которых может открыть дополнительные возможности для туристической сферы. Эти показатели будут определены с помощью метода анализа внутренних и внешних факторов, а также слабых и сильных сторон – SWOT-анализ (табл. 2.1).

Таблица 2.1

## SWOT анализ

| Преимущества   | Недостатки   |
|--|--|
| Значительный природно-экологический, историко-культурный и рекреационный потенциал.<br>Знания и опыт в области гостеприимства<br>Наличие системы UAI<br>Высококвалифицированные кадры<br>Проведение массовых мероприятий делового и развлекательного плана ( анимация)<br>Весомая поддержка государства<br>Отмена визы   | Жесткая конкуренция среди большого числа участников на рынке Турции<br>Сезонность отдыха<br>Растущая стоимость производственных факторов<br>Неучтенные операции и уклонение от налогов среди мелких, менее организованных предприятий отрасли  |
| Возможности  | Угрозы   |
| Неиспользованные возможности не только в пляжном туризме, но и в других видах туризма, включая лечение и термальные ресурсы, зимние виды спорта, гольф, яхтенный спорт и т. д.<br>Молодые и квалифицированные кадры<br>Дальнейшая либерализация на рынке авиации<br>Стабильная социально-экономическая ситуация в стране, способствующая формированию спроса на туристические услуги | Рост террористической угрозы,<br>Попытка военного переворота 15.07.2016 года, введенный с 21.07.2016 года режим чрезвычайного положения, а также кризис в российско-турецких отношениях.<br>Растущая конкуренция среди других туристических регионов<br>Укрепление турецкой лиры по отношению к другим основным валютам<br>Высокая ставка специального налога на потребление на алкоголь<br>Налог 3% на суточную стоимость проживания<br>Риск снижения туристического потока, из-за возможности получения комфортного отдыха в другой стране |

Среди преимуществ можно выделить наличие большого количества природных достопримечательностей, уникальных исторических и археологических памятников и подходящий климат, а также знания и опыт в области гостеприимства и высококвалифицированные кадры.

К недостаткам относится жесткая конкуренция среди большого числа участников на рынке Турции.

## **2.2. Анализ структуры и динамики туров в Турцию**

Ассоциация туристических отелей и инвесторов Турции (TUROB) опубликовала следующие данные: в 1971 году Турция приняла 926 000 туристов. Доход страны от туристической промышленности в те времена составлял 62,8 миллиона долл. США в год. В 2015 году в Турции отдохнуло 39,4 миллионов туристов, что принесло стране доход в размере 21,5 миллиардов долл. США.

Согласно этим данным, за последние 40 лет число туристов, посещающих Турцию, увеличилось на 3 000%, а доход от сферы туризма – на 25000%.

В период между 1971 и 2015 годом число организаций, имеющих отношение к туризму, увеличилось на 500%, а число мест в гостиницах – на 1500%.

Как правило, стандартный тур включает в стоимость следующие услуги: проживание в отеле согласно выбранной категории, переезд до места отдыха (в Турцию это чаще авиаперелет), трансфер: аэропорт-отель-аэропорт, питание (по выбранному типу), медицинскую страховку, страховку от невыезда, услуги гида.

Въездной поток лидера турецкого направления по итогам года – Германии в августе 2015 года вырос на 4,1% в сравнении с августом 2014 года. Почти на 16% в августе 2015 года сократился и въездной поток туристов из Франции, которая заняла 9-е место в августовском рейтинге 2015 года. Почти на 20% вырос в августе 2015 года поток туристов из Украины, которая за-

мкнула TOP-10 стран на турецком въездном направлении (рис. 2.3).

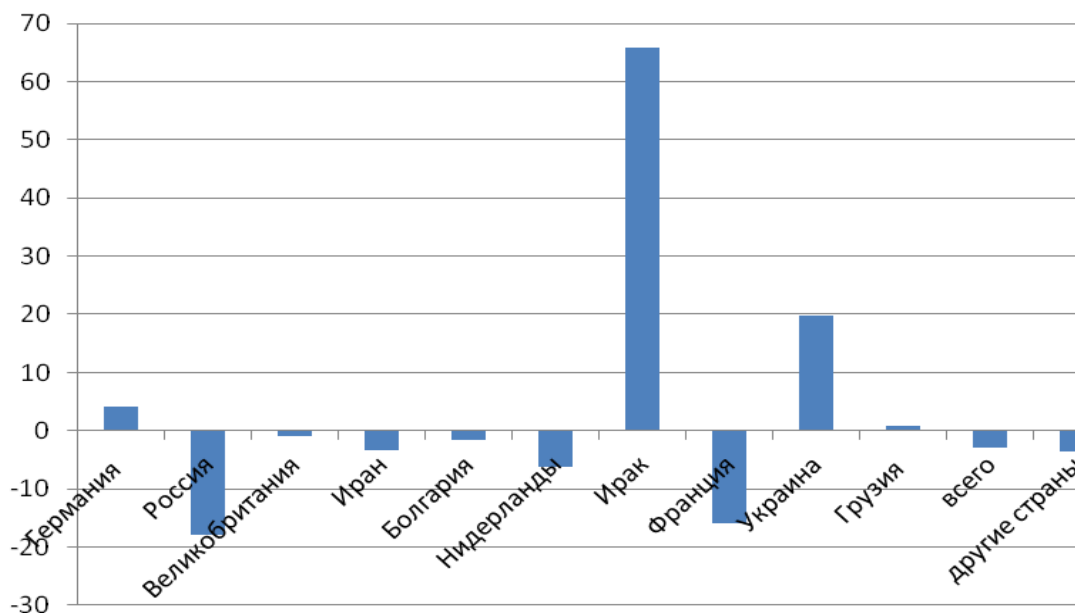


Рис. 2.3. Динамика въездного потока иностранцев в Турцию по сравнению с прошлым годом по странам проживания: август 2015 г.

Вследствие отрицательной динамики главным образом российского туристического рынка сократился и общий въездной поток иностранцев в Турцию в августе 2015 – он уменьшился почти на 3% в сравнении с августом 2014 года и составил 5 млн. 131 тыс. человек.

По итогам августа 2015 года самым популярным турецким городом для визитов иностранцев стала Анталия с долей 36,8% или 1 млн.886 тыс. туристов, на втором месте Стамбул с долей 26% (или 1 млн.335 тыс. туристов). Далее идёт Мугла с долей 11,6% (или 596 тыс. туристов), Эдирне с долей 7,6% и Артвин с долей 4,6%. На другие города пришлось 13,3% визитов иностранцев в августе 2015 года.

76,7% иностранцев посетивших Турцию в августе 2015 пересекли границу этой страны на самолёте, что на 2,1% больше долевого показателя августа 2014 года. 16,1% иностранцев добирались до Турции на автомобиле, 7,2% гостей Турции воспользовались морским транспортом, и лишь 0,1% иностранцев приехали в мае в Турцию по железной дороге.

Общий въездной поток иностранцев в Турцию по итогам восьми месяцев 2015 года сократился на 0,9%. Показатель динамики въездного потока российских граждан в Турцию, составил по итогам восьми месяцев 2015 года отрицательное значение с показателем минус 20,7%.

Согласно данным министерства Культуры и Туризма Турции общий въездной поток российских граждан в Турцию по итогам восьми месяцев 2014 года составил 2 млн. 780 тыс. человек, что на 726,6 тыс. человек меньше суммарного показателя аналогичного периода прошлого года.

В общем долевом рейтинге стран, образующих основной въездной поток в Турцию в период январь-август 2015 года российский рынок сохранил вторую рейтинговую позицию с долевым показателем 10,9%, уступив при этом только лидеру турецкого направления Германии, доля которой составила в этот период 14,7%.

Долевой показатель россиян по итогам восьми месяцев 2015 года уменьшился почти на 2,7% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

Напомним, что по итогам 12 месяцев 2014 года российский рынок имел долю 12,2%, что наряду с таким же значением 2013 года является их максимальным показателем в истории российского туризма.

Количество туристов, посетивших Турцию по месяцам в 2012-2014 годах представлено на рисунке 2.4. Въездной поток иностранцев в Турцию в 2011 году увеличился на 9,86% по сравнению с 2010 годом – с 28,632 млн. чел. До 31,456 млн. чел.; в 2012 году – на 1,04% до 31,782 млн. чел.; в 2013 году – на 9,84%; в 2014 году - на 5,52%; в 2015 году – на 6,96% и составил 39,4 млн. чел. (см. рис. 2.4).

Отметим, что не смотря на сложную политическую обстановку в стране критического падения въездного потока не происходит. Тем не менее власти Турции принимают активные меры по налаживанию благоприятных условий для пребывания в стране иностранце.

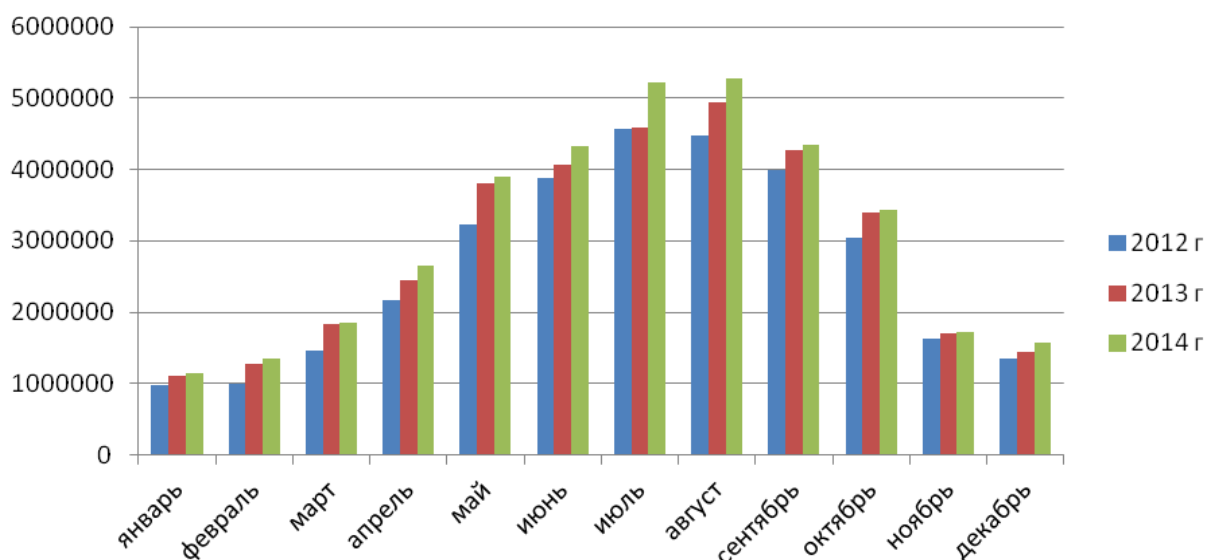


Рис. 2.4. Количество туристов, посетивших Турцию по месяцам в 2012-2014 годах, в чел.

Заметим, что наиболее посещаемыми месяцами являются май – октябрь, что связано с климатическими условиями страны.

Максимальные цифры характерны для августа, когда страну посещает 17% иностранцев от общего потока туристов. Также большой поток туристов в Турции наблюдается в июле – 4,35 млн. или 15,22%. В высокий сезон входит период с мая по октябрь. С июня число туристов превышает 3,5 млн. чел. в месяц.

Наименьшее количество туристов посещает Турцию в январе – 809 974 чел. в 2014 году, что связано с погодными условиями.

Анализ динамики туристов за 2012-2014 года показывает, что тенденции не меняются за исследуемый период – максимальный поток туристов наблюдается в летние месяцы, с пиком в июле (рис. 2.5).

В 2015 году произошло общее увеличение потока туристов на 6,96%, при этом отмечался рост прибытий в апреле, июле, октябре более чем на 6%, в ноябре на 10,71%, в марте произошло снижение турпотока на 7,47%.

Туризм в Турции начал активно развиваться с 50-е годов XX века. Крайне благоприятные климатические условия, выгодное географическое положение, огромное количество интереснейших культурных памятников и об-

щий курс на либерализацию экономики – все это было предпосылками грядущего туристического бума. Сегодня Турция превратилась в любимое место отдыха миллионов людей со всех концов света.

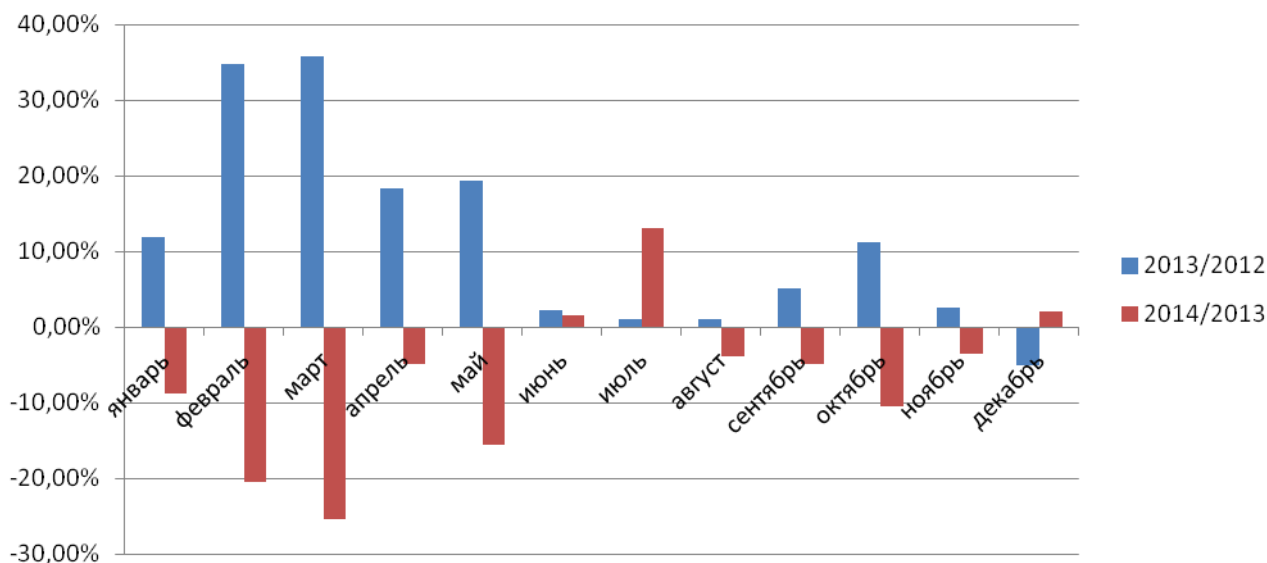


Рис. 2.5. Изменение количества туристов в Турцию по месяцам в 2013-2014 годах, в процентах

В Турции гостинично-туристский комплекс на 40% дотируется государством, что позволяет устанавливать конкурентоспособные цены. Кроме того, принято удобное для туристов свободное хождение иностранной валюты наряду с местной денежной единицей.

Самыми популярными турами в Турцию по продолжительности поездки стали поездки на одну неделю – 16% в 2015 году и 18% в 2014 году. На втором месте по продолжительности тура – поездка на 10 дней – 15% (приложение 4). Не меняется доля поездок на 11 и 9 дней – 11% и 14% соответственно в 2014 году и в 2015 году (рис. 2.6).

От продолжительности тура зависят расходы на питание и проживание, а также на экскурсионное обслуживание. На продолжительность тура оказывают влияние финансовые возможности туристов, время отпусков и продолжительность, а также демографические и психоповеденческие особенности людей. Туры на 8 и 13 дней в Турцию не пользуются популярностью, ездит 6% туристов.

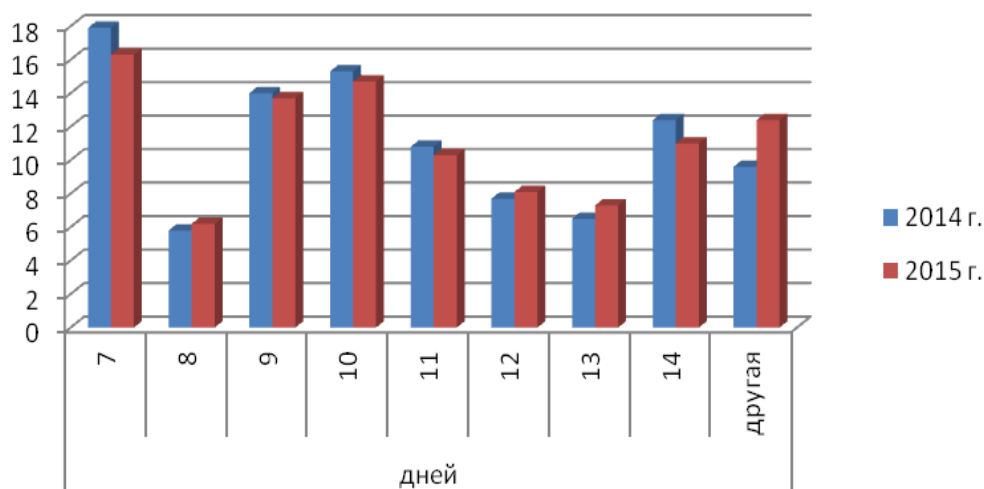


Рис. 2.6. Распределение туров в Турцию по продолжительности, в процентах

В гостиница распространены следующие типы питания:

- ОВ (only bed), Ер (нет) – без питания;
- питание по меню – ограниченное число блюд из меню;
- «А-la carte» – меню, в котором каждое блюдо указано с ценой;
- ВВ (bed & breakfast) – в стоимость проживания включен только завтрак (шведский стол). Дополнительное питание – за отдельную плату в ресторанах и барах отеля;
- НВ (half board) – полупансион – в стоимость проживания включен завтрак и ужин (шведский стол), бесплатный чай, кофе, вода на завтрак;
- НВ+ (half board +, extended half board)- расширенный полупансион - завтрак и ужин (шведский стол), а также алкогольные и безалкогольные напитки местного производства весь день;
- FB (full board) – полный пансион – завтрак, обед и ужин (шведский стол);
- FB+, ExtFB (full board +, extended half board) – расширенный полный пансион – завтрак, обед и ужин (шведский стол), а также напитки (в ряде отелей пиво и вино) во время приема пищи;
- Brunch dinner+ - тип питания, распространенный на горнолыжных курортах, завтрак перетекающий в ранний обед (без перерыва между ними) и



ужин, а также алкогольные (вино и пиво) и безалкогольные напитки местного производства;

- Mini all inclusive – полный пансион с напитками местного производства не только во время еды, но в ограниченном количестве;

- ALL, AI (all inclusive) – все включено – завтрак, обед и ужин (шведский стол). В течение дня предлагаются напитки (местного производства (алкогольные и безалкогольные) в неограниченном количестве плюс дополнительное питание (второй завтрак, полдник, поздний ужин, легкие закуски, барбекю в барах отеля и т.п.);

- HcAL (high class all inclusive) – все бесплатно, кроме магазинов, телефона, врача, парикмахерской, некоторых водных видов спорта и подводного плавания;

- UAL, UAI (ultra all inclusive) – ультра все включено – завтрак, поздний завтрак, обед, полдник и ужин (шведский стол), выбор сладостей, десертов, а также широкий выбор напитков местного и импортного производства. Большинство отелей, работающих по системе Ultra All Inclusive, предлагают гостям дополнительное бесплатное питание в ресторанах с кухней разных народов мира. Питание в течение дня, включая напитки импортного производства (в том числе спиртные). Разновидности ultra all inclusive: Elegance all inc, VIP all inc, Super all inc, De luxe all inc, VC all inc, Superior all inc, MEGA all inc, Superior all inc VIP Service, Royal Class all inc, Ultra de luxe all inc, Extended all inc, Excellent all inc, Max all inc, Imperial all inc;

- Continental Breakfast – континентальный завтрак – легкий завтрак, состоящий из кофе или чая, сока, булочки, масла и джема;

- английский завтрак – полный завтрак, обычно включает сок, яичницу, тосты, масло, джем и кофе(чай);

- американский завтрак – аналогичен континентальному завтраку, включает различные нарезки и горячие блюда.

Распределение туров в Турцию по типу питания в 2015 году представлено на рисунке 2.7.

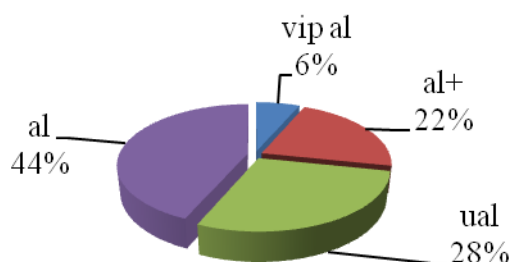


Рис. 2.7. Распределение туров в Турцию по типу питания в 2015 г.,  
в процентах

44% проданных туров включало питание по системе All (All Inclusive) – все включено: завтрак, обед, ужин (шведский стол), алкогольные и безалкогольные напитки местного производства без ограничения.

По системе UAll (Ultra All Inclusive) – ультра все включено: завтрак, обед, ужин (шведский стол), алкогольные и безалкогольные напитки местного и импортного производства без ограничения, дополнительные услуги в отеле по усмотрению администрации (например сауна, турецкая баня, бильярд, теннис) было продано в 2015 году 28% туров.

Можно отметить некоторые общие черты всех турецких отелей. На турецких курортах очень много отелей-клубов (с большой территорией, развитой инфраструктурой и с большим количеством развлечений, как для взрослых, так и для детей).

Категории турецких отелей: 5\*, 4\*, 3\* и HV – Holiday Village (дословно с англ. – деревня для выходных). HV могут быть первой категории (HV-1, приравнивается к 5\*) и второй (HV-2, приравнивается к 4\*). HV характеризуется достаточно большой территорией, а размещение в таких отельных комплексах осуществляется в небольших домиках, расположенных по всей территории. Практически в любом турецком отеле от 3х до 5ти звезд имеются водные горки, в некоторых отелях даже целые аквапарки. В Турции большинство количество отелей стоит прямо на берегу моря. Часть отелей 3х -4х звезд и некоторые пятизвездочные отели стоят в 150 – 300 метрах от берега

моря, совсем небольшое количество отелей расположено в 500 м – 1,5 км от пляжа.

Практически все турецкие отели имеют собственные пляжи, вход на которые разрешен только для жителей этих отелей. В связи с этим, зонтики, шезлонги и пляжные полотенца на пляжах при отелях выдаются туристам бесплатно или под депозит. Самыми популярными категориями отелей в Турции в 2015 году были 5-ти звездочные гостиницы – 41% (рис. 2.8).

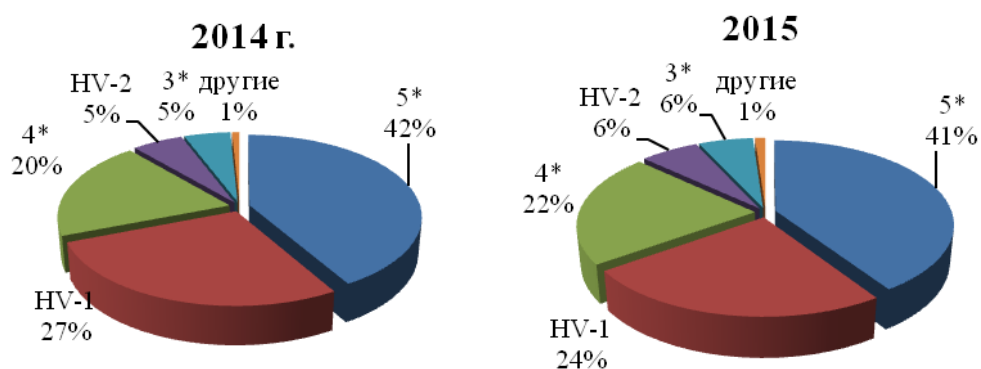


Рис. 2.8. Распределение туров в Турцию по категории гостиниц по годам, в процентах

Турецкий рынок отелей стремительными темпами опережает все другие рынки отелей по всему миру. Свидетельством этого являются большие инвестиции со стороны, как западных инвесторов, так и местных.

Совокупное количество новых гостиничных комплексов уровня «пять звезд», аттестованных министерством туризма и культуры Турции, возросло в течение 2016 года примерно на 16,6% в сравнении с 2015 годом. Теперь объем таких гостиниц составляет 359 (Приложение 5).

Суммарный гостиничный фонд в Турции к октябрю 2016 года возрос в сравнении с таким же точно периодом прошедшего года примерно на три процента. В настоящее время на территории Турции насчитывается более 4,2 тысяч гостиничных комплексов, прошедших лицензирование.

Во многих турецких гостиницах в нынешнем году появились новые услуги – к примеру, Nigany открыла для своих постояльцев в Стамбуле новую

услугу – теперь гости отеля могут арендовать здесь автомобили, тогда как ранее доступен был лишь прокат автомобиля с водителем. Как и прежде, большая часть курортных комплексов располагается в турецком туристическом центре в Анталии. Уровень гостиничных комплексов по стране растет в связи с уменьшением количества гостиниц низкой категории.

Трендом 2016 года в Турции стало появление новых гостиниц, которые обслуживают только совершеннолетних туристов. Привычная анимация здесь отсутствует. Вместо нее организаторы обещают своим гостям тематические вечеринки. Цены на размещение можно считать демократичными. Спрос на такие отели пока не очень высокий по двум причинам - летом подавляющее большинство туристов едет в Турцию с детьми. Кроме того, для раскрутки любого отеля нужно время. В свое время только на влюбленных были ориентированы некоторые отели, например «Адам и Ева».

Другие, к примеру *Voyage Sorgun*, предлагали для взрослых отдельные блоки, в то время как остальная территория была предназначена для всех отдыхающих. Считается, что подход турецкой стороны к «групповым» пожеланиям туристов верным, так как он позволяет дифференцировать отдых. Некоторые отели, работающие по системе «все включено», к примеру, не принимают одиноких мужчин.

В последнее время в провинции активно развиваются отели, расположенные в тщательно восстановленных старых особняках, а также в деревенских домах прошлого века. Часто они не имеют особого выбора услуг, но размещаются обычно в очень живописных местах. Также нередко встречаются «отели без звезд», принадлежащие муниципалитетам. Часто наиболее оптимальным выбором для бюджетного размещения являются маленькие пансионаты (*pansiyons*).

В последние годы в предгорьях и вдоль наиболее популярных маршрутов активного отдыха появляется все больше гостевых домиков для треккеров (например, в Каппадокии их можно обнаружить даже в пещерах).

Строятся и модные в последнее время «домики на деревьях», или три-

хаус (особенно много их на юго-западном побережье между Анталей и Фетхие), но особого развития они пока не получили.

По всей стране разбросано множество кемпингов и мест для разбивки лагеря, которые часто принадлежат владельцам близлежащих отелей и пансионатов.

Самые привлекательные места для разбивки лагеря принадлежат Министерству лесного хозяйства и обозначаются характерными деревянными щитами с коричнево-желтой надписью. Они обычно открыты с апреля по октябрь включительно.

Кроме того, туриндустрия Турции всё чаще использует нестандартные методы продвижения курортов, что также способствует росту турпотока в страну. Одним из рычагов развития туриндустрии Турции в долгосрочной перспективе может послужить диверсификация туристического рынка, считают аналитики. Яхт-туризм, гольф-туризм, зимний туризм, культурный туризм и т.д. ежегодно привлекают туристов из разных стран мира.

### **2.3. Сегментация потребителей и туроператоров**

Поток российских граждан в Турцию в июне 2015 года составил 81,05% в сравнении с июнем 2014 года и 94,55% в сравнении с июнем 2013 года, составив в общем итоге почти 652,703 тыс. человек. Отметим, что данный показатель являлся максимальным в 2014 году и составил 805,291 тыс. чел.

Также высоким спросом среди россиян на туры на Турецкие курорты отличается июль – максимум посещений был достигнут в июле 2014 года и составил 805,631 тыс. чел. или 17,98% от общего потока россиян в течении года. В 2015 году число посещений россиян курортов Турции снизилось до 686,256 тыс. чел и составило 85,18% от уровня 2014 года (рис. 2.9).

По итогам первого полугодия 2015 года поток российских граждан в Турцию уменьшился на 24,39% в сравнении с 2014 годом и на 14,19% в срав-

нении с 2013 годом. В 2015 году поток россиян за шесть месяцев года составил 1,454 тыс. чел.

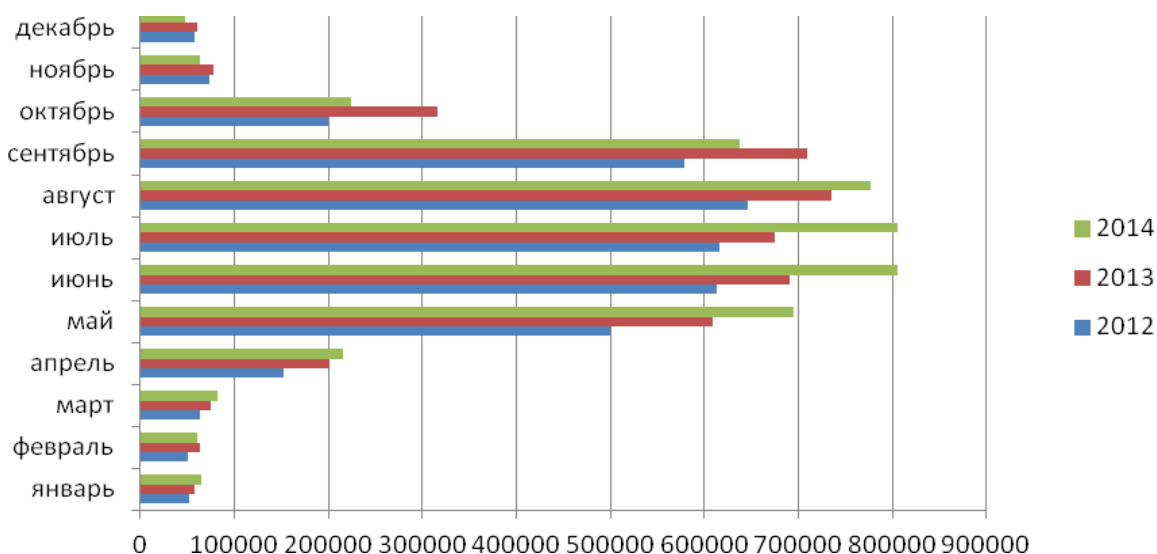


Рис. 2.9. Количество россиян, посетивших Турцию по месяца в 2012-2014 годах, чел.

Россияне с мая по октябрь активно посещают Турцию. Отметим, что в 2015 году наблюдался большой спад на протяжении всего года. Но в 2016 году в связи с обострением политической ситуации произошел резкий спад количество российских туристов – до 23,73% уровня 2015 года или 866,0 тыс. чел.

В мае поток туристов составил 501 196 чел. или 13,73%, в июне – 652 703 чел. или 17,88%, в июле – 686 256 чел. или 18,8%, в августе 638 469 чел. или 17,49%.

Изменение количества россиян, посетивших Турцию по месяца в 2011-2014 годах представлено на рисунке 2.10.

В первом полугодии 2009 года произошло уменьшение турпотока из России более чем на 30%. Во второй половине 2009 года уменьшение турпотока происходило на 1-4%. В целом в 2009 году Турцию посетило на 6,41% меньше россиян.

В 2014 году произошло увеличение российских туристов в Турцию на

4,92% и общее количество посещений составило 4,479 млн. чел. – максимальный показатель за анализируемый период, максимальный темп увеличения был в 2013 году – прирост составил 18,59% по отношению к 2012 году.

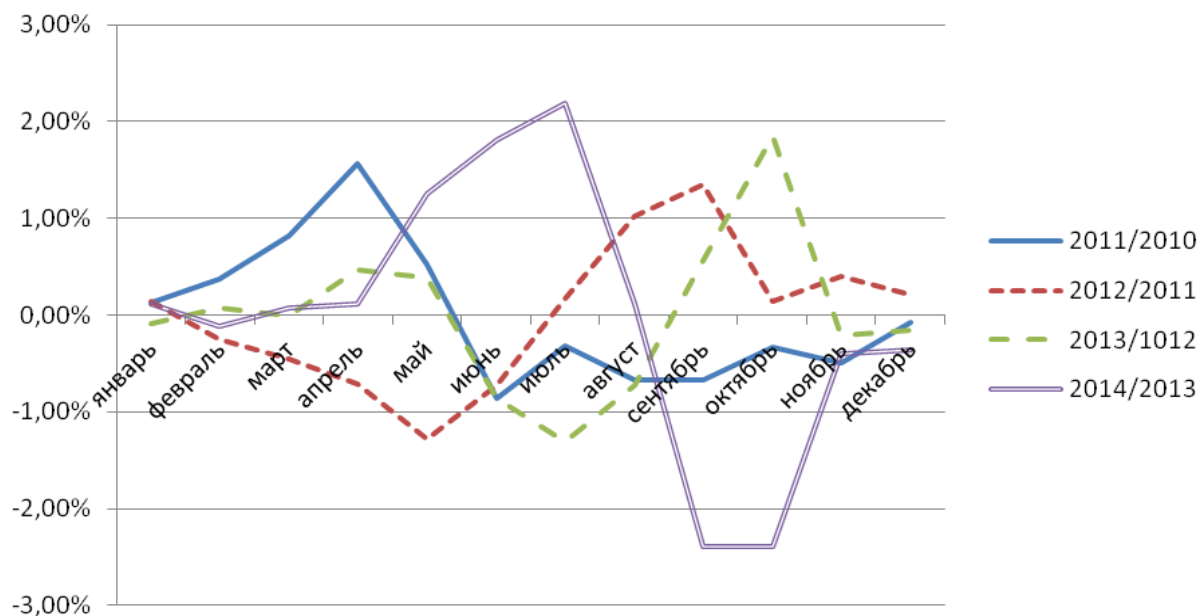


Рис. 2.1. Изменение количества россиян, посетивших Турцию по месяцам в 2011-2014 годах, в процентах

Основным генератором спроса на турецкое направление являются европейские страны, из которых первое место занимает Германия. Далее следуют Россия и Великобритания (рис. 2.11).

Спрос на курорты Турции в европейских странах значительно увеличился за последние несколько лет. Этому способствовала территориальная близость Европы и интенсивное продвижение турецких курортов в европейском регионе.

Отметим, что не смотря на то, что Германия дает наибольшее число туристов Турции, в 2015 году наблюдался спад потока – уменьшение составило 12,3%.

Также снизился поток туристов из Нидерландов на 6,2%. На 65,8% увеличился поток туристов из Ирана, на 19,7% из Украины (рис. 2.11).

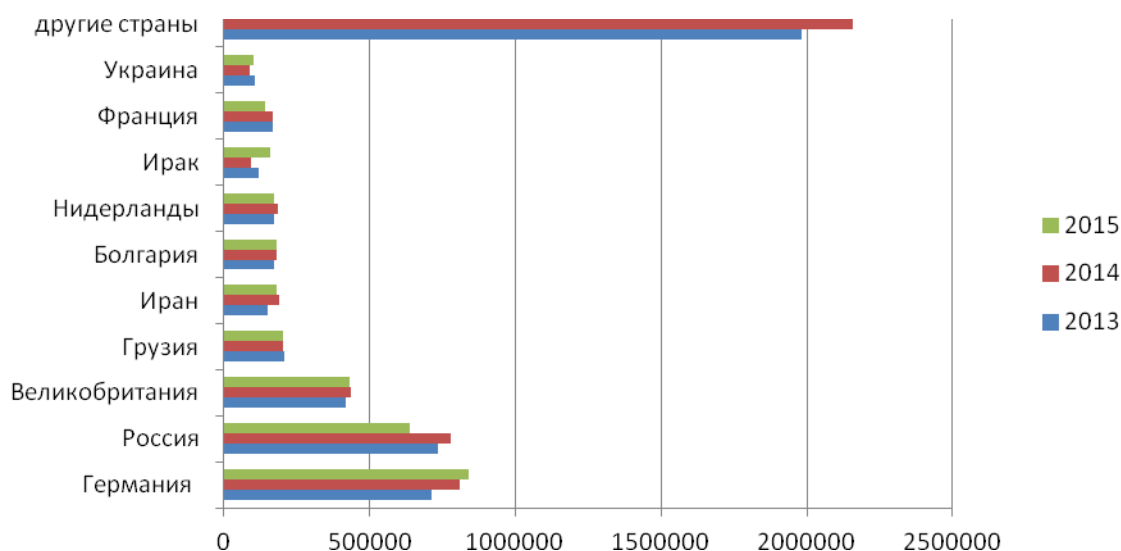


Рис. 2.11. Количество иностранцев посетивших Турцию по странам проживания в 2013-2015 годах, чел.

В общем долевым рейтинге стран, образующих основной въездной поток в Турцию в 2015 года заняли первое место туристы из Германии, с весомой долей 15,3%, и опередив Россию (10,9%). Тройку лидеров 20150 года замкнули англичане с весомой долей 9,3%.

Остальные страны значительно уступили лидирующей тройке. Так, Иран, занявший четвертое место имеет весомую долю 6,6%. Из стран входящих в ТОП-10 по инкамингу в Турцию незначительно снизился в 2015 года поток из Великобритании на 2,1%.

По итогам 2015 года россияне находятся на втором рейтинговом месте с весомой долей 10,9%, поднявшись на одну позицию и уступая сейчас только Германии (15,3%) При этом снижение въездного потока россиян составило в августе 2015 года 17,8% [20].

Почти на 0,8% увеличился въездной поток из Грузии и на 4,1% увеличился поток из Германии. По итогам 2015 года Анталья сохранила лидерство, и более чем в два раза опередила Стамбул с долей 18,8% и Муглу с долей 14,3%.



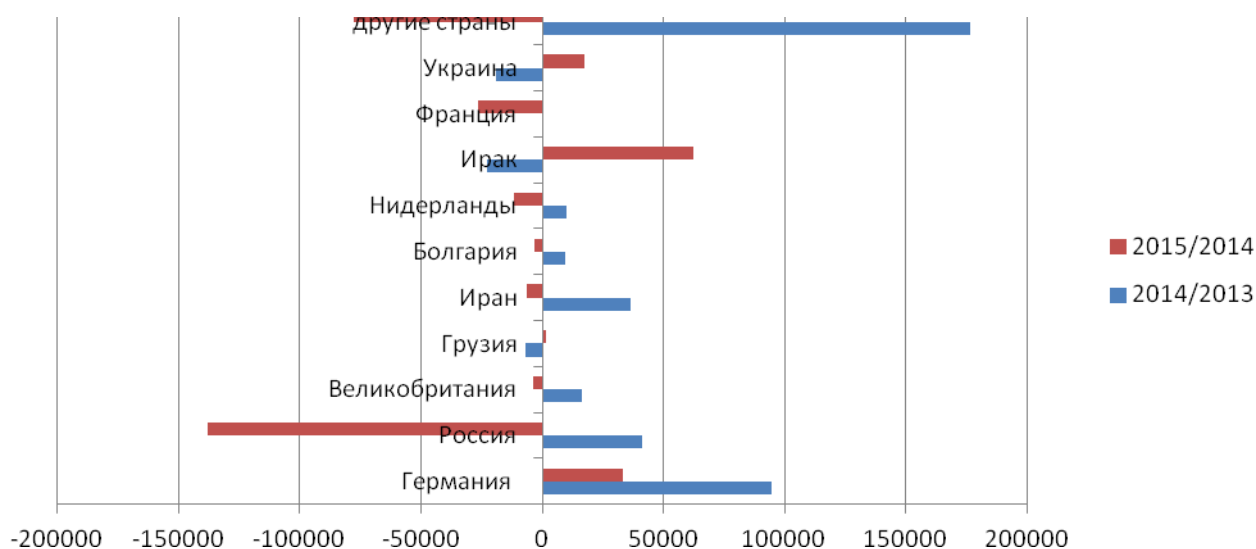


Рис. 2.12. Изменение количества иностранцев посетивших Турцию по странам проживания в 2014-2015 годах, в чел.

На туристском рынке Турции работает большое число туроператоров, среди которых можно выделить наиболее крупных, таких как: Coral, Pegas, Tez Tour, Mostravel, Анекс Тур, Sunmar Tour, S7 Tour, Sunrise Tour, Natalie Tours, Тройка (рис. 2.13).

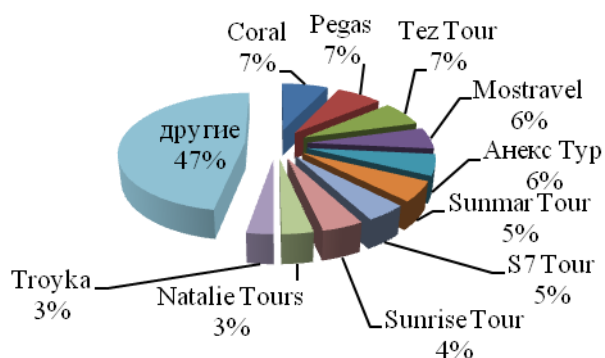


Рис. 2.13. Долевое распределение туров в Турцию по туроператорам в 2015 г., в процентах

Туроператорам Coral, Pegas, Tez Tour принадлежит по 7% рынка, Mostravel, Анекс Тур – по 6%, Sunmar Tour, S7 Tour – по 5%, Sunrise Tour – 4%. Отметим, что Pegas в 2015 году имеет меньше бронирований в сравнении с 2014 годом на 1,5%, Tez Tour – меньше на 6,6%, Mostravel – на 17,5% (при-

ложение 7).

Также уменьшилось число бронирований S7 Tour – на 9,8%, Sunrise Tour – на 11,2%, Natalie Tours – на 11,7%. У Coral наблюдается увеличение числа бронирований в 2015 году на 7,2%.

Туры в Турцию на 98% базируются на авиаперевозках (остальное – это дорогостоящие круизы с заходами в Стамбул, Измир или Чанаккале), большинство из которых чартерные (регулярные авиарейсы из России осуществляются в Стамбул, Анкару и Измир), что и позволяет поддерживать довольно либеральные цены на туристические пакеты.

73,5% иностранцев посетивших Турцию в 2015 пересекли границу этой страны на самолёте, что практически соответствует показателю прошлого года. 17,8% иностранцев добирались до Турции на автомобиле, 8,6% гостей Турции воспользовались морским транспортом, и лишь 0,1% иностранцев приехали в Турцию по железной дороге.

Особо активны туроператоры летом, когда практически каждый час в одном из курортных аэропортов (Анталия, Даламан, Милос) приземляется чартерный борт российской авиакомпании. Крупные туроператоры выступают самостоятельными заказчиками авиарейсов, региональные – объединяются в пулы, выкупая блоки мест на бортах (обычно не менее десяти).

В последнее время популярным становится и ранжирование мест на чартерах по классам обслуживания – для туристов, покупающих туры в высококатегорийные отели, предлагается перелет бизнес-классом по более высоким тарифам и индивидуальный трансфер из аэропорта в гостиницу. Низкая периодичность чартерных программ (даже в регионах) позволяет любые комбинации туров по длительности пребывания (от туров выходного дня).

Еще одной тенденцией летних чартеров становится удлинение сезона программ. В настоящее время первые борты поднимаются уже в конце апреля, а последние приземляются к концу октября. Ряд столичных туроператоров организует круглогодичные чартеры в Анталию, продавая зимние путевки с размещением в постоянно работающих гостиницах с крытыми акваком-

плексами и спа-центрами.

Зимние чартерные программы менее активны, цепочки ставят пока только из Москвы (на Бурсу и Эрзурум), из региональных центров распространены либо чартеры с простым на новогодние праздники и зимние каникулы, либо программы в Улудаг, базирующиеся на регулярном или чартерном перелете в Стамбул и длительном трансфере на курорт.

Стамбул пока остается единственным ярко выраженным круглогодичным экскурсионным или шоп-направлением.

У Турции есть своя целевая аудитория, в первую очередь это люди, которые любят совмещать качественный и недорогой отдых. Курорты Анталии неоднократно признаны одними из лучших, в то время как на курортах Анталии можно найти приемлемые цены для любого бюджета летнего отдыха. Вот поэтому отдых в Турции так ценится по всей Европе.

Безусловно, люди сюда возвращаются, познакомясь с древнеликийской цивилизацией, а отом продолжить свое путешествие дальше в Каппадокию, погулять по подземным пещерам и посетить древние храмы. Можно отнести к целевой аудитории поклонников безмятежного отдыха, любителей экзотики, экстремалов, семейные пары и молодежь.

### **3. Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности туристского предложения Турции на российском рынке в условиях социально-экономической нестабильности**

#### **3.1. Разработка новых туров с целью повышения конкурентоспособности**

Россия долгие годы являлась для Турции одним из главнейших рынков. Основная цель Турции – привлечь еще больше российских туристов. В первую очередь Турция планирует поменять стратегию продвижения страны на российском рынке. Если раньше преимущественно продвигали Турцию в крупных российских городах, в основном в Москве и Санкт-Петербурге, то теперь более активно реклама турецких курортов будет проводиться в самых дальних российских регионах.

Отметим, что продвигать предполагается не только пляжный туризм. Большое внимание в последние годы уделяется развитию культурного, религиозного, СПА, сельского и других видов туризма. С этой целью будет увеличен бюджет на Россию. В бюджет входит и материальная поддержка российских туроператоров и авиакомпаний, которые начнут выполнять регулярные или чартерные авиарейсы между российскими городами и какими-либо новыми, не очень хорошо известными в России, городами в Турции. Например, в Каппадокию, интересный для экскурсантов и паломников регион, славящийся раннехристианскими церквями и природными памятниками.

Туристический сезон должен стать круглогодичным вместо нынешних 5-6 месяцев. С целью повысить информированность населения о состоянии и возможностях туристической индустрии, стимулировать интерес и вовлеченность граждан в туристическую отрасль, содействовать развитию туристской инфраструктуры и внутреннего туризма в стране провоятся конференции и выставки.

Среди туристов наибольшей популярностью пользуются прибрежные регионы, Анталия, Мугла, Измир, Стамбул. Министерство культуры и ту-

ризма Турции работает над тем, чтобы разнообразить сферу туристических услуг и развить туризм во внутренних регионах страны. Западное средиземноморское агентство по вопросам развития (ВАКА) разрабатывает проекты развития круглогодичного туризма в Бурдуре, Ыспарте и Анталии.

Турция привлекает все больше и больше туристов не только пляжами, экологией и богатой культурой, но и возможностями медицинского туризма. С каждым годом лечение в Турции становится все более востребованной услугой среди российских соотечественников.

Турция предлагает иностранным туристам комплекс услуг медицинского, термального, оздоровительного туризма, курорты с минеральными водами. На протяжении столетий Турция славилась своими превосходными курортами с термальными источниками, некоторые из которых существуют еще со времен Римской Империи.

Ежегодно в Стамбуле проводится Международный медицинский конгресс, посвященный медицинскому туризму. В Конгрессе принимают участие делегаты из многих стран – России, США, Греции, ОАЭ, Кореи и других. Наибольшей популярностью медицинский туризм в Турции пользуется у жителей Европы (Англия, Нидерланды, Россия, Украина, Германия, Румыния, Болгария), стран Ближнего Востока и Арабских государств.

В Турции на сегодняшний день функционируют более 1000 термальных минеральных источников. Именно они, как считают участники Международного медицинского конгресса, и считаются основой медицинского туризма в Турции. Больницы Турции вполне соответствуют европейским стандартам. По мнению специалистов, природные условия и свободный визовый режим в Турции являются залогом успешного развития медицинского туризма. Огромным плюсом для туристов являются невысокие цены турецких медицинских курортов и больниц, по сравнению с европейскими или американскими [29].

Ежегодно количество туристов, приезжающих в Турцию с целью поправить здоровье, увеличивается. Если в 2013 году таких туристов было око-

ло 40 тысяч, по прогнозам специалистов, к 2020 году эта цифра должна вырасти до 1 миллиона человек в год. Чаще всего в Турцию едут женщины с целью родить ребенка, сделать пластику или другую операцию, за которую не решаются взяться отечественные специалисты.

Согласно данным Министерства здравоохранения и Университета Гази, в 2011 году в Турции прошли курс лечения 74 093 иностранца, в 2012 году – 91 952 иностранца, в 2013 году – 109 678 иностранцев. Большинство из них (94%) лечилось в частных клиниках. Ожидается увеличение числа медицинских туристов.

Турция предлагает высокое качество медицинских, термальных, профилактических и спа процедур, в то же время, включая в предлагаемый пакет услуг проживание в пятизвездочном отеле [25].

Есть несколько причин для выбора Турции в качестве медицинского направления. За последние десятилетия медицина в Турции сделала значительный прорыв в сфере инноваций и технологий, и иностранные пациенты могут быть уверены в гарантированно высоком уровне обслуживания.

Все аккредитованные турецкие клиники снабжены инфраструктурой международного класса и последним оборудованием. Так как Турция планирует присоединиться к Европейскому Союзу к 2014 году, государственные и частные медицинские учреждения страны работают по европейским стандартам в плане качества предоставляемых услуг, технической оснащенности и уровня квалификации специалистов.

Турецкие клиники, предоставляющие услуги медицинского туризма, оснащены новейшим техническим оборудованием. 35% специалистов, работающих в таких больницах, проходят обучение за рубежом: в США, Европе.

Турция обладает огромным потенциалом в плане медицины, ведь это страна, у которой есть наибольшее в мире (после США) число больниц, получивших аккредитацию Объединенной Международной Комиссии (JCI). (JCI – международная система аккредитации и освидетельствования, принятая медицинскими учреждениями по всему миру). У Турции есть отлично

развитая медицинская инфраструктура, а стоимость лечения значительно ниже, чем у основных конкурентов в данной сфере – Индии и Таиланда.

Жителей Евросоюза привлекает невысокая стоимость лечения, а пациенты из Ближнего Востока и Средней Азии, прежде всего, ориентируются на высокое качество обслуживания. Важную роль в привлечении медицинских туристов играют Турецкие Авиалинии, которые предоставляют 25% скидку на перелет каждому иностранному пациенту, а также одному человеку, его сопровождающему, если они летят в Турцию на лечение.

Из отраслей медицинского туризма перспективными направлениями являются термальный и spa туризм. В данный момент турецкие операторы работают над новым проектом по привлечению в Турцию пенсионеров – в первую очередь из скандинавских стран, правительство которых ищет способ уменьшить расходы на лечение данной категории граждан. Планируется устроить курорты в небольших деревушках, где пенсионеры могли бы получить необходимое лечение. Это направление является очень перспективным, особенно для Анталии, где предполагается начать реализацию проекта.

На сегодняшний день эта аккредитация считается самой объективной международной системой оценивания качества услуг медучреждения. В критерии оценки входит уровень обслуживания пациентов, техническая оснащенность клиники, система управления и т.д. Турция имеет 43 медицинские организации, имеющие подобную аккредитацию, в отличие от передовой Германии, имеющей всего 5 клиник JCI и Израиля, в котором насчитывается 3 подобных медицинских центра [17].

Цены на медицинское обслуживание в Турции весьма конкурентоспособны по сравнению с такими западноевропейскими странами, как Великобритания, Ирландия, Австрия и Италия.

Не так давно в Анталии была открыта уникальная лаборатория, в которой анализируют генетический код человека. По всей Европе таких лабораторий всего 5. Но предпочтение отдается Анталии, поскольку цены здесь втрое ниже, чем, например, в аналогичной лаборатории США.

Именно в Анталии находятся лучшие онкологические центры Европы, где с помощью современных технологий больным, от которых отказались другие врачи, предоставляют шанс жить полноценной жизнью в течение еще многих лет. Медицинский центр «Medical Park» считается одной из лучших турецких клиник этого профиля.

Клиники репродуктивной медицины в Анталии признаны лучшими в Европе. Именно в них уже в течение несколько лет успешно проводят такую процедуру как экстракорпоральное оплодотворение.

Также в Турции находится самая крупная в мире сеть офтальмологических клиник, оборудованных по последнему слову техники – «Dunya Goz». Сеть включает в себя 16 клиник по всей Европе, лучшая из которых находится в Анталии. Здесь проводятся сложнейшие глазные операции с помощью лазера и микрохирургических инструментов. На базе этого центра была создана оздоровительно-туристическая программа «Отдых с пользой для глаз», имеющая успех у иностранных туристов [15, с. 68].

Кардиологические операции также не являются новинкой для турецких медиков. Летальный исход при операциях на сердце в последние годы упал ниже 1%, что является мировым рекордом, поскольку даже в ведущих клиниках смертность после таких хирургических вмешательств составляет не менее 2%. А стоимость таких операций в Анталии – вдвое ниже, чем в Европе.

В турецких клиниках наиболее успешно проходят операции по пересадке внутренних органов. Такие операции проводят в Международном консолидирующем центре комплекса «Мемориал». Благоприятный исход после пересадки печени в этом центре составляет 98%.

Среди недостатков лечения в Турции можно выделить следующие:

- языковой барьер (среди персонала, работающего с медицинскими туристами, существует недостаток знаний английского языка),
- медицинские карты и документация (в некоторых клиниках не хватает необходимых знаний в отношении документации, которая должна быть вы-



дана иностранным медицинским путешественникам).

Развитие оздоровительного туризма в целом позволит стране уйти от сезонности туристического продукта. Турция становится признанным курортным спа- и талассоцентром. Для новых отелей высокого уровня наличие оздоровительных процедур становится неотъемлемой частью инфраструктуры. Характеристика ведущих клиник Турции представлена в приложении 9.

Таким образом, в соответствии с целью выпускной квалификационной работы необходимо разработать туры с медицинским обслуживанием.

### **3.2. Экономическое обоснование и расчет экономической эффективности туров**

Результат деятельности туристских предприятий в виде услуг или их комплекса, предназначенный для продажи на рынке, называют туристским продуктом. Тур является основным видом туристского продукта в той его форме, которая выступает на рынке туризма. Потребитель ищет на рынке не отдельные услуги или товары, а наиболее оптимальное, с его точки зрения, их сочетание, предлагаемое туристскими представителями в виде конкретных туров.

Для начала реализации тура необходимо выполнить ряд последовательных действий: сформировать тур, произвести калькуляцию тура, сделать экспериментальное внедрение; разработать рекламу и презентацию тура; организовать продажи туров. Формирование тура предусматривает и его экономическое обоснование. С этой целью рассчитывается калькуляция тура.

Проведем расчет стоимости медицинских туров в г. Кангал в Клинику термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center» (ориентация на лечение кожных заболеваний) и г. Стамбул в Медицинский центр Анадолу (специализируется на заболеваниях сердца, лечении онкологии, женских болезней, неврологии, хирургических операциях), Турция.

Кангал расположен в области Анатолия, в 470 километрах от Анкары.

Этот оздоровительный комплекс является одним из самых известных лечебных курортов Турции. Он расположен на высоте 1650 метров над уровнем моря. На его территории находятся уникальные термальные источники, которые ежегодно посещают тысячи людей с различными недугами со всего мира. Источники были открыты в 1917 году, когда местные жители, обнаружив бьющие из-под земли струи воды и узнав со временем об их лечебных свойствах стали благоустраивать территорию, которая со временем превратилась в современный термальный курорт.

К расходам принимающей фирмы относятся:

1. Внутримаршрутный транспорт. Такой транспорт необходим для встречи и проводов туристов, для переезда к месту питания или начала экскурсии.

Здесь важен выбор транспорта, вместимость которого соответствует количеству туристов в группе. Например, невыгодно использовать 40-местный автобус для группы в 20 человек. Расходы на транспорт зависят от его типа и времени работы. В основном турфирмы арендуют транспорт у различных специализированных предприятий и вынуждены при планировании тура соблюдать требования арендатора. Например, эксплуатация арендованного автобуса в день не менее 4 часов (половины смены водителя).

Расходы на внутримаршрутный транспорт рассчитываются путем умножения цены одного часа эксплуатации на количество часов работы транспорта.

Рейсы в г. Стамбул совершаются из московских аэропортов Домодедово и Шереметьево. В г. Стамбуле самолеты принимает аэропорт Ататюрк. Продолжительность полета составляет от 2 часов 45 минут до 3 часов 5 минут. Прямые рейсы в г. Стамбул из г. Москвы совершают компании «Aeroflot», «Onur Air», «Pegasus Airlines» и «Turkish Airlines». Компания «Аэрофлот» в сезон совершает по три рейса ежедневно в г. Стамбул (табл. 3.1).

Также в стоимость тура необходимо включить стоимость трансфера:

аэропорт – отель – аэропорт.

Таблица 3.1

## Условия авиаперелета по рейсу Москва-Стамбул

| Компания         | Время вылета, прилета | Продолжительность | Борт                          | Стоимость, руб. |
|------------------|-----------------------|-------------------|-------------------------------|-----------------|
| Turkish Airlines | 09.35-11.40           | 3 часа 5 минут    | Airbus Industrie A321         | 9 715           |
|                  | 18.30-20.30           | 3 часа            |                               |                 |
|                  | 23.10-01.05           | 2 часа 55 минут   |                               |                 |
| Pegasus Airlines | 06.10-07.55           | 2 часа 45 минут   | Airbus Industrie A320-100/200 | 10 520          |
|                  | 13.30-15.10           | 2 часа 40 минут   |                               |                 |
|                  | 16.00-17.45           | 2 часа 45 минут   |                               |                 |
|                  | 21.45-23.40           | 2 часа 55 минут   |                               |                 |

Международные рейсы из г. Москвы принимает аэропорт Ататюрк. Внутри страны рейсы совершаются из аэропорта Сабиха Гекчен.

При совершении тура в лечебницу «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center» в г. Кангал необходимо совершить перелет до г. Кайсери (Эркилет). Кангал расположен вдали от туристических центров: 470 км от Анкары, 89 км от г. Сиваса, в 10 км от г. Кангал. Рекомендуемый маршрут – внутренний перелет из г. Стамбула до г. Кайсери, далее наземный трансфер около 4 часов. До г. Кангал необходимо совершить внутренний рейс из г. Стамбула (Сабиха-Гокен) до г. Кайсери (Эркилет).

Самый близкий аэропорт к Медицинскому центру Анadolу и находится на расстоянии примерно 15 минут езды от медицинского центра. Но прямых рейсов из Москвы до аэропорта Сабиха Гекчен нет.

Таблица 3.2

## Условия авиаперелета по рейсу Стамбул – Кайсери

| Компания         | Время вылета, прилета | Продолжительность | Борт           | Стоимость, руб. |
|------------------|-----------------------|-------------------|----------------|-----------------|
| Turkish Airlines | 07.00-08.15           | 1 час 15 минут    | Boeing 737-700 | 4 212           |
|                  | 09.45-11.00           |                   |                |                 |
|                  | 12.20-13.35           |                   |                |                 |
|                  | 14.55-16.10           |                   |                |                 |
|                  | 17.10-18.25           |                   |                |                 |
|                  | 20.40-21.55           |                   |                |                 |
|                  | 23.50-01.05           |                   |                |                 |

Международный аэропорт Сабиха Гёкчен находится в 15 км к северу от Пендика, на азиатской стороне пролива Босфор, в 43 км к востоку от европейского центра Стамбула, и в 33 км от анатолийской стороны Стамбула – района Кадиной. Аэропорт Сабиха Гёкчен обслуживает главным образом недорогие чартерные полеты.

Стоимость трансфера из аэропорта Ататюрк до Медицинского центра Анадолу будет руб., при туре в Клинику термальных источников необходимо переехать из аэропорта Ататюрк в аэропорт Сабиха Гёкчен, стоимость трансфера – 750 руб., по прибытии в Кайсери необходимо совершить переезд из аэропорта Эркилет до отеля – стоимость трансфера 1200 руб. (табл. 3.3).

Таблица 3.3

## Стоимость трансфера

| Компания                                    | Время в пути, в одну сторону | Стоимость на 1 чел., руб. |
|---|------------------------------|---------------------------|
| Аэропорт Ататюрк – отель - аэропорт Ататюрк | 20                           | 240                       |
| Аэропорт Ататюрк – аэропорт Сабиха Гёкчен   | 2 часа 20 минут              | 750                       |
| Аэропорт Эркилет – отель – аэропорт Эркилет | 4 часа                       | 1 200                     |

Таким образом, общая стоимость транспортных услуг при совершении тура в Медицинский центр Анадолу составит руб., в Клинику термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center» – 15 877,0 руб. (табл. 3.4).

Таблица 3.4

## Стоимость транспортных услуг тура в Медицинский центр Анадолу «Anadolu Medical Center»

| Маршрут  | Время в пути, в одну сторону | Стоимость на 1 чел., руб. |
|--|------------------------------|---------------------------|
| Москва – Стамбул – Москва                                      | 3 часа 5 минут               | 9 715                     |
| Стамбул – Кайсери – Стамбул                                    | 1 час 15 минут               | 4 212                     |
| Аэропорт Ататюрк – аэропорт Сабиха Гёкчен – аэропорт Ататюрк   | 2 часа 20 минут              | 750                       |
| Аэропорт Эркилет – отель – аэропорт Эркилет – аэропорт Эркилет | 4 часа                       | 1 200                     |
| Всего  |                              | 15 877                    |

Стоимость транспортных услуг в Медицинский центр Анатолу «Anadolu Medical Center» составляет 9 955 руб. (табл. 3.5).

Таблица 3.5

Стоимость транспортных услуг тура в Клинику термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center»

| Маршрут                                     | Время в пути, в одну сторону | Стоимость на 1 чел., руб. |
|---|------------------------------|---------------------------|
| Москва – Стамбул – Москва                   | 3 часа 5 минут               | 9 715                     |
| Аэропорт Ататюрк – отель – аэропорт Ататюрк | 20 минут                     | 240                       |
| Всего                                       |                              | 9 955                     |

2. Проживание. Уровень комфортности и цены гостиницы, в которой размещаются туристы, оговариваются заранее при покупке тура. Турфирма заключает договор о совместной деятельности с гостиницей (только крупные операторы владеют собственными местами размещения туристов).

При расчете расходов на проживание цену одного номера нужно умножить на количество необходимых номеров и количество дней проживания. Дополнительно к этой сумме может быть прибавлена стоимость брони – за половину суток или за сутки. При низкой загрузке гостиниц бронь может предоставляться бесплатно.

Гостиница «KANGAL BALIKLI» относится к лечебному центру термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center». Проживание в высокий сезон в лечебном центре стоит дороже на 10% (табл. 3.6).

Таблица 3.6

Стоимость проживания в гостинице «KANGAL BALIKLI»

| Дата заезда | Категория номера | Количество ночей | DBL 2 взр (больной и сопровод.) | DBL 2 взр (2 больных) | SNGL 1 взр |
|-------------|------------------|------------------|---------------------------------|-----------------------|------------|
| 1           | 2                | 3                | 4                               | 5                     | 6          |
| 11.12.2017  | Standard         | 15               | 88 650                          | 113 400               | 61 200     |
| 11.12.2017  | Standard         | 21               | 124 110                         | 148 860               | 85 680     |
| 11.12.2017  | Superior         | 15               | 98 700                          | 117 150               | 68 400     |
| 11.12.2017  | Superior         | 21               | 138 180                         | 164 040               | 95 760     |

| 1          | 2        | 3  | 4       | 5       | 6       |
|------------|----------|----|---------|---------|---------|
| 11.12.2017 | Deluxe   | 15 | 108 540 | 120 300 | 77 400  |
| 11.12.2017 | Deluxe   | 21 | 151 950 | 168 420 | 108 360 |
| 11.09.2017 | Standard | 15 | 93 150  | 119 250 | 65 700  |
| 11.09.2017 | Standard | 21 | 130 410 | 166 950 | 91 980  |
| 11.09.2017 | Superior | 15 | 103 200 | 121 650 | 72 900  |
| 11.09.2017 | Superior | 21 | 144 480 | 170 310 | 102 060 |
| 11.09.2017 | Deluxe   | 15 | 112 950 | 124 800 | 81 900  |
| 11.09.2017 | Deluxe   | 21 | 158 130 | 174 720 | 114 660 |

Для расчета стоимости тура рассмотрена стоимость проживания и лечения в трех категориях номеров – Standard, Superior, Deluxe. Размещение может быть как двухместное – больной и сопровождающие или два больных человека, так и одноместное. В стоимость проживания в гостинице «KANGAL BALIKLI» включены лечебные процедуры. Продолжительность пребывания в лечебном центре «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center», как правило, составляет 21 день – полный курс лечения, но иногда приезжают на 15 дней с профилактическими курсами.

Гостиница «Anadolu Titanic Comfort» расположена на территории Медицинского центра Анadolу «Anadolu Medical Center». Туристы, приехавшие на лечение в Медицинский центр Анadolу, размещаются в данной гостинице. Отель с видом на море и лес, имеющий концепцию «бутик-отеля». В стоимость входит проживание, 3-х разовое питание. Медицинские услуги оплачиваются отдельно. Стоимость проживания в гостинице «Anadolu Titanic Comfort» представлена в таблице 3.7.

Таблица 3.7

## Стоимость проживания в гостинице «Anadolu Titanic Comfort»

| Дата заезда | Категория номера | Количество ночей | DBL 2 взр | SNGL 1 взр |
|-------------|------------------|------------------|-----------|------------|
| 11.12.2017  | Standard         | 15               | 45 620    | 31 950     |
| 11.12.2017  | Standard         | 21               | 63 870    | 44 710     |
| 11.12.2017  | Superior         | 15               | 51 320    | 35 920     |
| 11.12.2017  | Superior         | 21               | 71 850    | 50 290     |
| 11.09.2017  | Standard         | 15               | 46 890    | 32 820     |
| 11.09.2017  | Standard         | 21               | 65 140    | 45 590     |
| 11.09.2017  | Superior         | 15               | 52 780    | 36 940     |
| 11.09.2017  | Superior         | 21               | 73 230    | 51 260     |

Отметим, что у гостей отеля «Anadolu Titanic Comfort» есть возможность посетить многочисленные экскурсии и погулять по г. Стамбулу.

3. Питание. Туры могут обеспечиваться полным пансионом – трехразовое питание, неполным пансионом – двухразовое питание или только завтраком, который в этом случае включается в стоимость гостиницы. Услуги питания оговариваются в путевке, исходя из этого ведется расчет. Расходы складываются из цен на все виды питания (количество завтраков, обедов, ужинов умножается на цену каждого). В гостиницах Турции питание входит в стоимость проживания.

4. Экскурсионное обслуживание. При планировании тура отправляющая и принимающая туристские фирмы договариваются о тематике, видах и количестве экскурсий. Каждая экскурсия имеет определенную цену. Сумма затрат на все планируемые экскурсии и составляет расходы на экскурсионное обслуживание. Помимо запланированных экскурсий в туре туристам могут быть предложены дополнительные экскурсии за отдельную оплату, либо плановые экскурсии могут быть заменены другими.

Отметим, что при разработке медицинских туров включать в стоимость тура экскурсионное обслуживание не целесообразно. Так как не известно, как турист будет себя чувствовать во время лечения, каким свободным временем располагать. Необходимо предоставить справочную информацию о возможностях посещения экскурсий и достопримечательностей, которые находятся в непосредственной близости от места проживания и сообщить координаты экскурсионных бюро.

5. Заработная плата руководителя группы или гидов (представителя принимающей фирмы). Каждая туристическая группы сопровождается представителем группы фирмы. В его функции входит контроль за соблюдением условий тура, финансовые расчеты с различными предприятиями, способствующими производству туристской услуги. В зависимости от квалификации представителя фирмы и ее финансовых возможностей определяется дневная заработная плата работника. Данная ставка, умноженная на количе-

ство дней работы, составляет в калькуляции этот вид расходов.

6. Накладные расходы. Данная статья включает расходы на содержание управленческого персонала, почтовые и телефонные расходы, оплату содержания помещений. Накладные расходы составляют 10-15% от стоимости тура.

7. Страхование туристов. Страхование туристов в большинстве стран является обязательным. В России с 1996 года этот вид страхования также определен законом. Страхование туристов может осуществляться как отправляющей, так и принимающей стороной. Каждый турист, отправляющийся в путешествие, должен иметь страховую карту. Страховой взнос зависит от многих факторов – продолжительности путешествия, его вида, страховых тарифов, принятых страховой компанией, и т.д. и составляет около 1% стоимости тура. Страховой взнос входит в калькуляцию турфирмы, организующей тур. Средняя стоимость такой страховки – 4% от стоимости тура.

8. Реклама. Коммерческий успех тура зависит не только от его привлекательности и спроса, но и от рекламы. Расходы на рекламу включаются в калькуляцию тура в размере, определенном целесообразностью, необходимостью и финансовыми возможностями фирмы.

9. Процент прибыли. Туристские предприятия являются коммерческими структурами, поэтому их целью является извлечение прибыли. При жесткой конкуренции в туризме планируемая норма прибыли современных туристских фирм составляет 5-10%.

Помимо расходов принимающей стороны в калькуляцию тура могут входить и расходы отправляющей фирмы. Она включает в цену тура накладные расходы, заработную плату сопровождающего группы, процент прибыли. К сумме затрат принимающей и отправляющей сторон следует прибавить стоимость проезда группы в точку назначения и обратно, результатом является цена тура. Для получения цены путевки, которую оплачивает каждый турист, необходимо разделить общую цену на количество туристов.

10. Определение цены турпродукта. Любая туристская фирма, работая



на рынке услуг, находится в условиях конкуренции и должна определить состав своих потребителей: их интересы и финансовые возможности, то есть сегмент рынка.

Расчет калькуляции позволяет не только определить цену тура, планировать прибыль, но и дает возможность рассчитывать минимальный размер группы. Такой расчет проводится путем определения точки безубыточности. К переменным затратам следует отнести проживание, питание, к постоянным затратам относятся все остальные. Точка безубыточности позволит определить количество туристов, которое должна обслужить фирма, чтобы покрыть все свои расходы. Увеличение числа обслуживаемых туристов позволяет получить прибыль.

Проведем расчет экономической эффективности медицинских туров в г. Кангал в Клинику термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center».

При расчете экономической эффективности новых туров необходимо определить их стоимость с учетом предоставляемых услуг. На стоимость тура влияют транспорт (перелет, трансфер), условия проживания, питания, экскурсионное обслуживание, заработная плата руководителя группы или гидов, накладные расходы, страхование туристов, реклама. Стоимость тура будет зависеть от стоимости лечения, предоставляемого в медицинском центре.

Предварительно турист должен ознакомиться со списком медицинских центров, работающих по профилю заболевания, сделать запрос в медицинский центр, ознакомиться с информацией о возможностях лечения, его стоимости и сделать заявку на обследование и последующее лечение.

Медицинские туры характеризуются меньшими сезонными колебаниями, чем пляжный отдых. Калькуляция стоимости медицинских туров в Клинику термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center» приведена в таблице 3.8.

Стоимость туров приведена на 2 человек, так как размещение в отеле двухместное. Как правило, в медицинские туры едет больной с сопровожда-

ющим. При расчетах учитывались сезонные колебания цен – сентябрь - более высокий сезон и декабрь – низкий сезон.

Таблица 3.8

Калькуляция стоимости медицинских туров в Клинику термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center», руб.

| Дата заезда | Тип номера | Кол дн | транспорт | проживание | гид | страховка | наклад расходы | прибыль  | стоимость |
|-------------|------------|--------|-----------|------------|-----|-----------|----------------|----------|-----------|
| 11.12       | Standard   | 15     | 31754     | 88650      | 400 | 1208,04   | 6040,2         | 9664,32  | 137716,56 |
|             |            | 21     | 31754     | 124110     | 400 | 1562,64   | 7813,2         | 12501,12 | 178140,96 |
|             | Superior   | 15     | 31754     | 98700      | 400 | 1308,54   | 6542,7         | 10468,32 | 149173,56 |
|             |            | 21     | 31754     | 138180     | 400 | 1703,34   | 8516,7         | 13626,72 | 194180,76 |
|             | Deluxe     | 15     | 31754     | 108540     | 400 | 1406,94   | 7034,7         | 11255,52 | 160391,16 |
|             |            | 21     | 31754     | 151950     | 400 | 1841,04   | 9205,2         | 14728,32 | 209878,56 |
| 11.09       | Standard   | 15     | 31754     | 93150      | 400 | 1253,04   | 6265,2         | 10024,32 | 142846,56 |
|             |            | 21     | 31754     | 130410     | 400 | 1625,64   | 8128,2         | 13005,12 | 185322,96 |
|             | Superior   | 15     | 31754     | 103200     | 400 | 1353,54   | 6767,7         | 10828,32 | 154303,56 |
|             |            | 21     | 31754     | 144480     | 400 | 1766,34   | 8831,7         | 14130,72 | 201362,76 |
|             | Deluxe     | 15     | 31754     | 112950     | 400 | 1451,04   | 7255,2         | 11608,32 | 165418,56 |
|             |            | 21     | 31754     | 158130     | 400 | 1902,84   | 9514,2         | 15222,72 | 216923,76 |

Медицинские туры отличаются большей продолжительностью чем пляжные. Их минимальная продолжительность от 14 дней. Другой особенностью медицинских туров является их индивидуальный характер, что связано со спецификой лечения.

Так как предоставление медицинских услуг индивидуально и колеблется в широком диапазоне, то при расчете стоимости тура нами будет заложено в стоимость тура только консультация специалиста и первоначальное обследование в медицинском центре.

Калькуляция стоимости медицинских туров в Медицинский центр Анadolу «Anadolu Medical Center» приведена в таблице 3.9. Накладные расходы составляют 5% от стоимости тура, страхование туристов 1%, процент прибыли туристской фирмы – 8%. При проведении рекламы медицинских туров в Клинику термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center» и расширении клиентской базы целесообразно поднять процент прибыли до 10%.

Калькуляция стоимости медицинских туров в Медицинский центр  
Анадолу Anadolu Medical Center, руб.

| Дата заезда | Тип номера | Кол дн | транспорт | проживание | гид | страховка | наклад расходы | прибыль | стоимость |
|-------------|------------|--------|-----------|------------|-----|-----------|----------------|---------|-----------|
| 11.12       | Standard   | 15     | 19910     | 45 620     | 400 | 659       | 3 297          | 5274,4  | 75 160    |
|             |            | 21     | 19910     | 63 870     | 400 | 842       | 4 209          | 6734,4  | 95 965    |
|             | Superior   | 15     | 19910     | 51 320     | 400 | 716       | 3 582          | 5730,4  | 81 658    |
|             |            | 21     | 19910     | 71 850     | 400 | 922       | 4 608          | 7372,8  | 105 062   |
| 11.09       | Standard   | 15     | 19910     | 46 890     | 400 | 672       | 3 360          | 5376    | 76 608    |
|             |            | 21     | 19910     | 65 140     | 400 | 855       | 4 273          | 6836    | 97 413    |
|             | Superior   | 15     | 19910     | 52 780     | 400 | 731       | 3 655          | 5847,2  | 83 323    |
|             |            | 21     | 19910     | 73 230     | 400 | 935       | 4 677          | 7483,2  | 106 636   |

Проведем расчеты эффективности работы турфирмы при организации продаж медицинских туров (табл. 3.10). Стоимость тура при расчете экономической эффективности возьмем минимальную – 68 858,28 руб.

В месяц при проведении рекламы и грамотной работе менеджера по продажам в туристской фирме возможно реализовать до 10-15 туров медицинской направленности или 120-180 туров в год.

Таблица 3.10

Эффективность продаж медицинских туров

| Наименование                   | Стоимость, руб. |
|--------------------------------|-----------------|
| Стоимость тура                 | 68 858,28       |
| Количество реализованных туров | 96              |
| Реклама                        | 80 000          |
| Менеджер                       | 234 000         |
| Рекламный тур                  | 30 000          |
| Прибыль                        | 463 887,36      |
| Чистая прибыль                 | 371 109,88      |
| Эффективность                  | 27 109,88       |

Для организации эффективных продаж медицинских туров целесообразно дополнительно нанять менеджера по продажам.

Для работы с клиентами по продажам медицинских туров менеджеру необходимо предварительно съездить в рекламный тур для получения дополнительных сведений о специфике лечения в клиниках.

Рекламные туры проводятся в низкий сезон для более подробного ознакомления менеджеров с условиями размещения, особенностями предоставляемого лечения в различных клиниках.

Заработная плата менеджера составляет 15 тыс. руб. в месяц, затраты на менеджера будут складываться из его заработной платы – 180,0 тыс. руб. в год и отчислений с фонда заработной платы – 54,0 тыс. руб. Общая сумма расходов на менеджера – 234,0 тыс. руб.

Расходы на рекламу в год составят 80,0 тыс. руб. Туристская фирма получит прибыль в результате реализации медицинских туров в Клинику термальных источников «Kangal Balikli Thermal Psoriasis Treatment Center» 371 109,88 руб.

Необходимо отметить, что рассмотренные варианты организации медицинских туров могут быть дополнены другими. Турция располагает широкими возможностями для профессионального лечения многих заболеваний.

Можно сделать вывод, что организация продаж медицинских туров позволит увеличить прибыль туристской фирмы и повысить эффективность деятельности.

## Заключение

Современная туристская индустрия является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Туризм представляет собой деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и другими целями.

Целью выпускной квалификационной работы являлось изучение теоретических основ конкурентоспособности туристского предложения Турции на российском рынке в условиях социально-экономической нестабильности и разработка мероприятий по ее повышению. Туризм в Турции начал активно развиваться с 50-е годов XX века. Крайне благоприятные климатические условия, выгодное географическое положение, огромное количество интереснейших культурных памятников и общий курс на либерализацию экономики – все это было предпосылками грядущего туристического бума.

Начиная с 2010-х гг. Турция стала одним из самых привлекательных направлений отдыха для россиян наряду с Египтом. Так, по данным Федерального агентства по туризму, в 2013 г. – 3,078 млн., в 2014 г. их число составило 3,278 млн., достигнув пиковой отметки. Однако стоит отметить, что в 2014 году в связи с кризисными явлениями в российской экономике благосостояние россиян ухудшилось и, как следствие, стали уменьшаться туристские поездки за рубеж. В 2015 году совершили поездки с туристскими целями 66,19% от уровня 2013 года или 1,210 млн. чел., в 2016 году – 53,97% или 9,873 млн. чел.

Согласно данным турецкого министерства культуры и туризма, с января по май 2016 г. Турцию посетили 138 тыс. россиян, что составляет лишь 17,2% от аналогичного показателя за прошлый год. Эти числа показывают, что запретительные меры, введенные русской стороной, серьезно отразились на показателях туристической ветви. Большинство туристов отказывались

от летнего отпуска в Турции из-за возможной военной конфронтации Анкары с террористической группировкой ИГ и курдами.

Для того чтобы вернуть турпоток в 2017 году, турецкие туроператоры сформировали уникальные цены. В 2017 году целый ряд турецких отелей сделал скидку от 20% до 50% по сравнению с прошлым годом. Также курс валют и курс рубля способствует тому, что россиянам проще планировать свой летний отдых и, соответственно, они с большей лёгкостью расстаются с деньгами, особенно по акциям раннего бронирования.

В первую очередь Турция меняет стратегию продвижения страны на российском рынке. Если раньше преимущественно продвигали Турцию в крупных российских городах, в основном в Москве и Санкт-Петербурге, то теперь более активно реклама турецких курортов будет проводиться в самых дальних российских регионах. Отметим, что продвигать предполагается не только пляжный туризм. Большое внимание в последние годы уделяется развитию культурного, религиозного, СПА, сельского и других видов туризма. Туристический сезон должен стать круглогодичным вместо нынешних 5-6 месяцев.

Среди туристов наибольшей популярностью пользуются прибрежные регионы, Анталия, Мугла, Измир, Стамбул. Министерство культуры и туризма Турции работает над тем, чтобы разнообразить сферу туристических услуг и развить туризм во внутренних регионах страны. Западное средиземноморское агентство по вопросам развития разрабатывает проекты развития круглогодичного туризма в Бурдуре, Ыспарте и Анталии.

Турция привлекает все больше и больше туристов не только пляжами, экологией и богатой культурой, но и возможностями медицинского туризма. С каждым годом лечение в Турции становится все более востребованной услугой среди россиян. Турция предлагает иностранным туристам комплекс услуг медицинского, термального, оздоровительного туризма, курорты с минеральными водами. Турция предлагает высокое качество медицинских, термальных, профилактических и СПА-процедур, в то же время, включая в

предлагаемый пакет услуг проживание в пятизвездочном отеле.

Есть несколько причин для выбора Турции в качестве медицинского направления. За последние десятилетия медицина в Турции сделала значительный прорыв в сфере инноваций и технологий, и иностранные пациенты могут быть уверены в гарантированно высоком уровне обслуживания. Все аккредитованные турецкие клиники снабжены инфраструктурой международного класса и последним оборудованием. В Турции государственные и частные медицинские учреждения страны работают по европейским стандартам в плане качества предоставляемых услуг, технической оснащенности и уровня квалификации специалистов.

В соответствии с целью выпускной квалификационной работы были разработаны туры с медицинским обслуживанием и сделано экономическое обоснование. При расчете экономической эффективности новых туров необходимо определить их стоимость с учетом предоставляемых услуг. На стоимость тура влияют транспорт, условия проживания, питания, экскурсионное обслуживание, накладные расходы, страхование туристов, реклама.

Стоимость тура будет зависеть от стоимости лечения, предоставляемого в медицинском центре. Предварительно турист должен ознакомиться со списком медицинских центров, работающих по профилю заболевания, сделать запрос в медицинский центр, ознакомиться с информацией о возможностях лечения, его стоимости и сделать заявку на обследование и последующее лечение. Медицинские туры характеризуются меньшими сезонными колебаниями, чем пляжный отдых. Необходимо отметить, что рассмотренные варианты организации медицинских туров могут быть дополнены другими. Турция располагает широкими возможностями для профессионального лечения многих заболеваний. Проведенные расчеты организации медицинских туров в Турцию позволяют сделать вывод, что организация продаж медицинских туров позволит увеличить конкурентоспособность туристского предложения Турции на российском рынке в условиях социально-экономической нестабильности.

**Список использованных источников**

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Текст] : Федеральный закон РФ № 132-ФЗ от 24.11.1996 г. // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
2. Развитие внутреннего и выездного туризма в РФ (2011-2018 годы) [Текст] : Федеральная целевая программа утверждена постановлением правительства РФ № 644 от 2 августа 2011 года // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Версия Проф».
3. Азар, В. И. Экономика и организация международного туризма [Текст] / В.И. Азар. – М. : Экономика, 2015. – 321 с.
4. Александрова, А. Ю. География туризма [Текст] / А. Ю. Александрова. – М. : КНОРУС, 2012. – 592 с.
5. Александрова, А. Ю. Международный туризм [Текст] / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 470 с.
6. Антипина, Е.Б. К вопросу об унификации и стандартизации понятийного аппарата в сфере туризма [Текст] / Е. Б. Антипина, А. А.Терещенко // Туризм: право и экономика. – 2014. – № 3. – С. 5-8.
7. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма [Текст] : учеб. пособие / А. В. Бабкин. – М. : Феникс, 2011. – 256 с.
8. Биржаков, М. Б. Введение в туризм [Текст] / М. Б. Биржаков. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2012. – 570 с.
9. Большой глоссарий терминов международного туризма [Текст] / Под ред. М. В. Биржакова, В. И. Никифорова. – СПб. : Издательский дом «Герда», 2013. – 811 с.
10. Бутко, И. И. Маркетинг в туризме [Текст] : учеб. пособие / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников. – М. : Дашков и К°: Наука-Спектр, 2011. – 234 с.



11. Быстров, С. А. Туризм: макроэкономика и микроэкономика [Текст] / С. А. Быстров, М. Г. Воронцов. – СПб. : «Издательский дом «Герда», 2011. – 464 с.
12. В 2015 году международный туризм достигнет миллиардный рубеж. World Tourism Organization UNWTO. Тенденции рынка [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://media.unwto.org/ru/press-release/2017-01-18/v-2017-godu-mezhdunarodnyi-turizm-dostignet-milliardnyi-rubezh> (дата обращения 23.05.2017)
13. В мировом рейтинге конкурентоспособности в сфере туризма Россия поднялась на 43-е место [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://ru.investing.com/news> (дата обращения 28.03.2017)
14. В мировом туризме начался спад [Текст] // Турбизнес, 2015. – № 10. – С. 14-16.
15. Вавилова, Е. В. Основы международного туризма [Текст] : учеб. пособие. – М. : Наука, 2011. – 360 с.
16. Ветитнев, А. М. Курортное дело [Текст] : учеб. пособие / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. – М. : КноРус, 2013. – 325 с.
17. Ветитнев, А. М. Лечебный туризм [Текст] : учеб. пособие / А. М. Ветитнев, А. С. Кусков. – М. : КноРус, 2012. – 592 с.
18. Волошин, Н. И. Международный туризм: правовые акты [Текст] / Н. И. Волошин. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 400 с.
19. Воскресенский, В. Ю. Международный туризм [Текст] : учебник / В. Ю. Воскресенский. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 400 с.
20. Всемирная Туристическая Организация удовлетворена развитием туротрасли [Текст] // Турнавигатор PRO. – 2015. – №7. – С. 12-14.
21. Гайдукевич, Л. М. География международного туризма: страны СНГ и Балтии [Текст] / Л. М. Гайдукевич, С. А. Хомич, Я. И. Аношко. Минск : Аверсэв, 2014. – 252 с.
22. Горячий список – результат исследования увеличения туристского спроса в 2016 году [Текст] // Туризм: практика, проблемы, перспективы. –

2016. – №3. – С. 8.

23. Гранберг, А. Г. Основы региональной экономики [Текст] : учебник / А. Г. Гранберг. – М. : Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2016. – 495 с.

24. Гуляев, В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие [Текст] / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 304 с.

25. Дарк, Д. Турция [Текст] : путеводитель / Д. Дарк. – М. : Гранд, 2013. – 192 с.

26. Дашкова, Т. Л. Маркетинг в туристическом бизнесе [Текст] : учебное пособие / Т. Л. Дашкова. – М. : Дашков К°, 2013. – 72 с.

27. Дмитриев, М. Н. Экономика туристского рынка [Текст] / М. Н. Дмитриев, М. Н. Забаева, Е. Н. Малыгина. – М. : ЮНИТИ, 2012. – 311 с.

28. Долженко, Г. П. Основы туризма [Текст] : учеб. пособие / Г. П. Долженко. – М. : МарТ; Ростов-на-Дону: МарТ, 2011. – 320 с.

29. Драчева, М. Специальные виды туризма. Лечебный туризм [Текст] : учеб. пособие / М. Драчева. – М. : Кнорус, 2012. – 152 с.

30. Дыжина, Н. Н. География туризма [Текст] / Н. Н. Дыжина. – М. : Дашков и К, 2013. – 256 с.

31. Дэниэлс, Д. Международный бизнес [Текст] / Д. Дэниэлс, Л. Х. Радеба. – М. : Дело ЛТД, 2014. – 784 с.

32. Ермилова, Д. В. Краткая география туризма и путешествий. Concise Travel and Tourism Geography in English [Текст] / Д. В. Ермилова. – М. : Советский спорт, 2013. – 280 с.

33. Жукова, М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации [Текст] / М. А. Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 200 с.

34. Зачиняев, П. Н. География международного туризма [Текст] / П. Н. Зачиняев, Н.С. Фалькович. – М. : Мысль, 2014. – 263 с.

35. Испания – самая конкурентоспособная страна в сфере туризма [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://vokrugsveta1.ru/index-konkurentosposobnosti-turizma-2017/> (дата обращения 29.03.2017)

36. Карманова, Т.Е. Статистика туризма [Текст] / Т. Е. Карманова, О. В.

Каурова, А. Н. Малолетко. – М. : Кнорус, 2013. – 264 с.

37. Кашкина, Е. В 2015 году Турис планирует принять 230 тысяч российских туристов [Текст] / Е. Кашкина // Турнавигатор.PRO – 2015. – №3. – С. 16-17.

38. Колесник, Н. В. Введение в специализацию: международный туризм в сфере услуг мирового товарооборота [Текст] / Н. В. Колесник. – М. : Советский Спорт, 2014. – 250 с.

39. Кружалин, В. И. Туризм и рекреация на пути устойчивого развития [Текст] / В. И. Кружалин. – М. : Советский Спорт, 2011. – 430 с.

40. Крылов, Д. Турция [Текст] : путеводитель / Д. Крылов, В. Шанин. – М. : Эксмо, 2015. – 368 с.

41. Кусков, А. С. Основы туризма [Текст] : учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – М. : КноРус, 2013. – 400 с..

42. Маринин, М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме [Текст] / М. М. Маринин. – М. : Наука, 2013. – 320 с.

43. Международный туризм показывает рост [Текст] // Турнавигатор PRO. – 2015. – №7. – С. 8-10.

44. Международный туризм уверенно начинает 2014 год. World Tourism Organization UNWTO. Тенденции рынка [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-05-15/mezhdunarodnyi-turizm-uverenno-nachinaet-2014-god> (дата обращения 21.03.2017)

45. Мироненко, Н. С. География международного туризма [Текст] / Под ред. Н. С. Мироненко, А. Ю. Александровой. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2013. – 207 с.

46. Молчанов, Г. И. Санаторно-курортное дело [Текст] : учебник / Г. И. Молчанов, Н. Г. Бондаренко, И. Н. Дегтярева. – М. : Альфа-М, 2013. – 400 с.

47. Названы наиболее быстро развивающиеся туристические направления [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/38818.html> (дата обращения 18.03.2017)

48. Немоляева, М. Э. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра [Текст] / М. Э. Немоляева, Л. Ф. Ходорков. – М. : Наука, 2015. – 174 с.

49. Новиков, В. С. Инновации в туризме [Текст] : учеб. пособие / В. С. Новиков. – М. : Академия, 2012. – 224 с.

50. Осадин, Б. Прогнозы в туризме в свете теории ошибок [Текст] / Б. Осадин // Туризм. Практика, проблемы, перспективы. – 2016. – №2. – С. 12-14.

51. Петрасов, И. В. Экономико-географические предпосылки развития туризма в странах мира [Текст] / И. Петрасов // Туризм. Практика, проблемы, перспективы. – 2014. – №4. – С. 10-11.

52. Писаревский, Е.Л. Законодательство в сфере туризма. Состояние и перспективы [Текст] / Е. Л. Писаревский, Н. Н. Губенко // Туризм: право и экономика. – 2013. – № 1. – С. 4.

53. Пищулов, В. М. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учеб. пособие / В. М. Пищулов. – М. : Академия, 2014. – 318 с.

54. По подсчетам UNWTO мировой въездной турпоток в 2016 году вырастет на 7% [Текст] // Турнавигатор PRO. – 2016. – №3. – С. 10-11.

55. Поступления от международного туризма превысили 1 триллион долларов США в 2015 г. World Tourism Organization UNWTO. Тенденции рынка [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://media.unwto.org/ru/press-release/2012-05-08/postupleniya-ot-mezhdunarodnogo-turizma-prevysili-1-trillion-dollarov-ssha> (дата обращения 23.03.2017)

56. Рейтинг конкурентоспособности в сфере туризма ВЭФ возглавили Испания, Франция и Германия [Электронный ресурс] – Режим доступа : [http://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market\\_overview/40342/](http://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/40342/) (дата обращения 17.03.2017)

57. Розанова, Т. Анализ тенденций и прогноз развития российского выездного туризма [Текст] / Т. Розанова // Туризм. Практика, проблемы, пер-

спективы. – 2015. – №11. – С. 46-48.

58. Романов, А. А. География туризма [Текст] / А. А. Романов, Р. Г. Саакянц. – М. : Советский спорт, 2014 – 464 с.

59. Сезон туризма в Турции // Туризм и отдых. – 2014. – № 3. – С. 8-9.

60. Сенин, В. С. Организация международного туризма [Текст] : учебник / В. С. Сенин. – М. : Наука, 2012. – 420 с.

61. Скоробогатько, К. Турция [Текст] : путеводитель / К. Скоробогатько. – М. : Авангард, 2015. – 192 с.

62. Соболева, Е. А. Статистика туризма: статистическое наблюдение [Текст] / Е. А. Соболева. – М. : Финансы и статистика, 2014. – 160 с.

63. Соун, С. Турция [Текст] : путеводитель / С. Соун. – М. : Эксмо, 2014. – 406 с.

64. Сухарев, Е. Курортное дело [Текст] : учеб. пособие / Е. Сухарев. – М. : Омега-Л, 2011. – 224 с.

65. Харрис, Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке [Текст] / Г. Харрис, М. Кеннет, М. Кац. – М. : Финансы и статистика, 2012. – 240 с.

66. Щербакова, С. А. Геоэкономика международного туризма [Текст] / С. А. Щербакова. – Смоленск : Универсум, 2014. – 191 с.

67. Щербакова, С. А. Международный туризм: экономика и география [Текст] / С. А. Щербакова. – М. : Финансы и статистика, 2015. – 144 с.

68. Эйлифф, Р. Турция [Текст] : путеводитель / Р. Эйлифф. – М. : АСТ, 2015. – 1136 с.

69. International Tourism Overview. A Special Report from the World Tourism Organization, WTO, 2011.

70. Travel & Tourism Competitiveness Index [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/ranking/> (дата обращения 21.04.2017)

71. World Tourism Conference. Manila, 1980. Records of the world tourism conference. Madrid/WTO, 2014.

**Приложения**

## Индекс конкурентоспособности туризма по странам

| 2017 год     |                |             | 2015 год     |                |             | 2013 год     |                     |             |
|--------------|----------------|-------------|--------------|----------------|-------------|--------------|---------------------|-------------|
| рей-<br>тинг | страна         | ин-<br>декс | рей-<br>тинг | страна         | ин-<br>декс | рей-<br>тинг | страна              | ин-<br>декс |
| 1            | 2              | 3           | 4            | 5              | 6           | 7            | 8                   | 9           |
| 1            | Spain          | 5.4         | 1            | Испания        | 5.3         | 1            | Швейцария           | 5.66        |
| 2            | France         | 5.3         | 2            | Франция        | 5.2         | 2            | Германия            | 5.39        |
| 3            | Germany        | 5.3         | 3            | Германия       | 5.2         | 3            | Австрия             | 5.39        |
| 4            | Japan          | 5.3         | 4            | США            | 5.1         | 4            | Испания             | 5.38        |
| 5            | United Kingdom | 5.2         | 5            | Великобритания | 5.1         | 5            | Великобритания      | 5.38        |
| 6            | United States  | 5.1         | 6            | Швейцария      | 5.0         | 6            | США                 | 5.32        |
| 7            | Australia      | 5.1         | 7            | Австралия      | 5.0         | 7            | Франция             | 5.31        |
| 8            | Italy          | 5.0         | 8            | Италия         | 5.0         | 8            | Канада              | 5.28        |
| 9            | Canada         | 5.0         | 9            | Япония         | 4.9         | 9            | Швеция              | 5.24        |
| 10           | Switzerland    | 4.9         | 10           | Канада         | 4.9         | 10           | Сингапур            | 5.23        |
| 11           | Hong Kong SAR  | 4.9         | 11           | Сингапур       | 4.9         | 11           | Австралия           | 5.17        |
| 12           | Austria        | 4.9         | 12           | Австрия        | 4.8         | 12           | Новая Зеландия      | 5.17        |
| 13           | Singapore      | 4.9         | 13           | Гонконг        | 4.7         | 13           | Нидерланды          | 5.14        |
| 14           | Portugal       | 4.7         | 14           | Нидерланды     | 4.7         | 14           | Япония              | 5.13        |
| 15           | China          | 4.7         | 15           | Португалия     | 4.6         | 15           | Гонконг             | 5.11        |
| 16           | New Zealand    | 4.7         | 16           | Новая Зеландия | 4.6         | 16           | Исландия            | 5.10        |
| 17           | Netherlands    | 4.6         | 17           | Китай          | 4.5         | 17           | Финляндия           | 5.10        |
| 18           | Norway         | 4.6         | 18           | Исландия       | 4.5         | 18           | Бельгия             | 5.04        |
| 19           | Korea, Rep.    | 4.6         | 19           | Ирландия       | 4.5         | 19           | Ирландия            | 5.01        |
| 20           | Sweden         | 4.6         | 20           | Норвегия       | 4.5         | 20           | Португалия          | 5.01        |
| 21           | Belgium        | 4.5         | 21           | Бельгия        | 4.5         | 21           | Дания               | 4.98        |
| 22           | Mexico         | 4.5         | 22           | Финляндия      | 4.5         | 22           | Норвегия            | 4.95        |
| 23           | Ireland        | 4.5         | 23           | Швеция         | 4.5         | 23           | Люксембург          | 4.93        |
| 24           | Greece         | 4.5         | 24           | ОАЭ            | 4.4         | 24           | Мальта              | 4.92        |
| 25           | Iceland        | 4.5         | 25           | Малайзия       | 4.4         | 25           | Южная Корея         | 4.91        |
| 26           | Malaysia       | 4.5         | 26           | Люксембург     | 4.4         | 26           | Италия              | 4.90        |
| 27           | Brazil         | 4.5         | 27           | Дания          | 4.4         | 27           | Барбадос            | 4.88        |
| 28           | Luxembourg     | 4.5         | 28           | Бразилия       | 4.4         | 28           | ОАЭ                 | 4.86        |
| 29           | ОАЭ            | 4.5         | 29           | Южная Корея    | 4.4         | 29           | Кипр                | 4.84        |
| 30           | Taiwan, China  | 4.5         | 30           | Мексика        | 4.4         | 30           | Эстония             | 4.82        |
| 31           | Denmark        | 4.4         | 31           | Греция         | 4.4         | 31           | Чехия               | 4.78        |
| 32           | Croatia        | 4.4         | 32           | Тайвань        | 4.4         | 32           | Греция              | 4.75        |
| 33           | Finland        | 4.4         | 33           | Хорватия       | 4.3         | 33           | Тайвань             | 4.71        |
| 34           | Thailand       | 4.4         | 34           | Панама         | 4.3         | 34           | Малайзия            | 4.70        |
| 35           | Panama         | 4.4         | 35           | Таиланд        | 4.3         | 35           | Хорватия            | 4.59        |
| 36           | Malta          | 4.3         | 36           | Кипр           | 4.2         | 36           | Словения            | 4.58        |
| 37           | Estonia        | 4.2         | 37           | Чехия          | 4.2         | 37           | Панама              | 4.54        |
| 38           | Costa Rica     | 4.2         | 38           | Эстония        | 4.2         | 38           | Сейшельские Острова | 4.51        |
| 39           | Czech Republic | 4.2         | 39           | Словения       | 4.2         | 39           | Венгрия             | 4.51        |
| 40           | India          | 4.2         | 40           | Мальта         | 4.2         | 40           | Черногория          | 4.50        |

## Продолжение прил. 1

| 1  | 2                      | 3   | 4  | 5                      | 6   | 7  | 8                      | 9    |
|----|------------------------|-----|----|------------------------|-----|----|------------------------|------|
| 41 | Slovenia               | 4.2 | 41 | Венгрия                | 4.1 | 41 | Катар                  | 4.49 |
| 42 | Indonesia              | 4.2 | 42 | Коста-Рика             | 4.1 | 42 | Польша                 | 4.47 |
| 43 | Россия                 | 4.2 | 43 | Катар                  | 4.1 | 43 | Таиланд                | 4.47 |
| 44 | Turkey                 | 4.1 | 44 | Турция                 | 4.1 | 44 | Мексика                | 4.46 |
| 45 | Bulgaria               | 4.1 | 45 | Россия                 | 4.1 | 45 | Китай                  | 4.45 |
| 46 | Poland                 | 4.1 | 46 | Барбадос               | 4.1 | 46 | Турция                 | 4.44 |
| 47 | Qatar                  | 4.1 | 47 | Польша                 | 4.1 | 47 | Коста-Рика             | 4.44 |
| 48 | Chile                  | 4.1 | 48 | Южная Африка           | 4.1 | 48 | Литва                  | 4.43 |
| 49 | Hungary                | 4.1 | 49 | Болгария               | 4.0 | 49 | Латвия                 | 4.39 |
| 50 | Argentina              | 4.1 | 50 | Индонезия              | 4.0 | 50 | Болгария               | 4.38 |
| 51 | Peru                   | 4.0 | 51 | Чили                   | 4.0 | 51 | Бразилия               | 4.37 |
| 52 | Cyprus                 | 4.0 | 52 | Индия                  | 4.0 | 52 | Пуэрто-Рико            | 4.36 |
| 53 | South Africa           | 4.0 | 53 | Латвия                 | 4.0 | 53 | Израиль                | 4.34 |
| 54 | Latvia                 | 4.0 | 54 | Сейшельские<br>Острова | 4.0 | 54 | Словакия               | 4.32 |
| 55 | Mauritius              | 3.9 | 55 | Пуэрто-Рико            | 3.9 | 55 | Бахрейн                | 4.30 |
| 56 | Lithuania              | 3.9 | 56 | Маврикий               | 3.9 | 56 | Чили                   | 4.29 |
| 57 | Ecuador                | 3.9 | 57 | Аргентина              | 3.9 | 57 | Оман                   | 4.29 |
| 58 | Barbados               | 3.9 | 58 | Перу                   | 3.9 | 58 | Маврикий               | 4.28 |
| 59 | Slovak Republic        | 3.9 | 59 | Литва                  | 3.9 | 59 | Уругвай                | 4.23 |
| 60 | Bahrain                | 3.9 | 60 | Бахрейн                | 3.9 | 60 | Иордания               | 4.18 |
| 61 | Israel                 | 3.8 | 61 | Словакия               | 3.8 | 61 | Аргентина              | 4.17 |
| 62 | Colombia               | 3.8 | 62 | Марокко                | 3.8 | 62 | Саудовская Ара-<br>вия | 4.17 |
| 63 | Saudi Arabia           | 3.8 | 63 | Шри-Ланка              | 3.8 | 63 | Россия                 | 4.16 |
| 64 | Sri Lanka              | 3.8 | 64 | Саудовская Ара-<br>вия | 3.8 | 64 | Южная Африка           | 4.13 |
| 65 | Morocco                | 3.8 | 65 | Оман                   | 3.8 | 65 | Индия                  | 4.11 |
| 66 | Oman                   | 3.8 | 66 | Румыния                | 3.8 | 66 | Грузия                 | 4.10 |
| 67 | Vietnam                | 3.8 | 67 | Черногория             | 3.8 | 67 | Ямайка                 | 4.08 |
| 68 | Romania                | 3.8 | 68 | Колумбия               | 3.7 | 68 | Румыния                | 4.04 |
| 69 | Jamaica                | 3.7 | 69 | Тринидад и То-<br>баго | 3.7 | 69 | Ливан                  | 4.04 |
| 70 | Georgia                | 3.7 | 70 | Намибия                | 3.7 | 70 | Индонезия              | 4.03 |
| 71 | Azerbaijan             | 3.7 | 71 | Грузия                 | 3.7 | 71 | Марокко                | 4.03 |
| 72 | Montenegro             | 3.7 | 72 | Израиль                | 3.7 | 72 | Бруней                 | 4.01 |
| 73 | Тринидад и То-<br>баго | 3.7 | 73 | Уругвай                | 3.7 | 73 | Перу                   | 4.00 |
| 74 | Egypt                  | 3.6 | 74 | Филиппины              | 3.6 | 74 | Шри-Ланка              | 3.99 |
| 75 | Jordan                 | 3.6 | 75 | Вьетнам                | 3.6 | 75 | Македония              | 3.98 |
| 76 | Dominican<br>Republic  | 3.6 | 76 | Ямайка                 | 3.6 | 76 | Украина                | 3.98 |
| 77 | Uruguay                | 3.6 | 77 | Иордания               | 3.6 | 77 | Албания                | 3.97 |
| 78 | Bhutan                 | 3.6 | 78 | Кения                  | 3.6 | 78 | Азербайджан            | 3.97 |
| 79 | Philippines            | 3.6 | 79 | Тунис                  | 3.5 | 79 | Армения                | 3.96 |
| 80 | Kenya                  | 3.6 | 80 | Гватемала              | 3.5 | 80 | Вьетнам                | 3.95 |
| 81 | Kazakhstan             | 3.6 | 81 | Доминикана             | 3.5 | 81 | Эквадор                | 3.93 |



## Продолжение прил. 1

| 1   | 2                      | 3   | 4   | 5           | 6   | 7   | 8                    | 9    |
|-----|------------------------|-----|-----|-------------|-----|-----|----------------------|------|
| 82  | Namibia                | 3.6 | 82  | Македония   | 3.5 | 82  | Филиппины            | 3.93 |
| 83  | Cape Verde             | 3.6 | 83  | Египет      | 3.5 | 83  | Тринидад и Тобаго    | 3.93 |
| 84  | Armenia                | 3.5 | 84  | Азербайджан | 3.5 | 84  | Колумбия             | 3.90 |
| 85  | Botswana               | 3.5 | 85  | Казахстан   | 3.5 | 85  | Египет               | 3.88 |
| 86  | Guatemala              | 3.5 | 86  | Кабо-Верде  | 3.5 | 86  | Доминикана           | 3.88 |
| 87  | Tunisia                | 3.5 | 87  | Бутан       | 3.4 | 87  | Кабо-Верде           | 3.87 |
| 88  | Ukraine                | 3.5 | 88  | Ботсвана    | 3.4 | 88  | Казахстан            | 3.82 |
| 89  | Macedonia, FYR         | 3.5 | 89  | Армения     | 3.4 | 89  | Сербия               | 3.78 |
| 90  | Honduras               | 3.5 | 90  | Гондурас    | 3.4 | 90  | Босния и Герцеговина | 3.78 |
| 91  | Tanzania               | 3.4 | 91  | Сальвадор   | 3.4 | 91  | Намибия              | 3.77 |
| 92  | Nicaragua              | 3.4 | 92  | Никарагуа   | 3.4 | 92  | Гамбия               | 3.73 |
| 93  | Iran, Islamic Rep.     | 3.4 | 93  | Танзания    | 3.4 | 93  | Гондурас             | 3.72 |
| 94  | Lao PDR                | 3.4 | 94  | Ливан       | 3.3 | 94  | Ботсвана             | 3.71 |
| 95  | Serbia                 | 3.4 | 95  | Сербия      | 3.3 | 95  | Никарагуа            | 3.67 |
| 96  | Lebanon                | 3.4 | 96  | Лаос        | 3.3 | 96  | Кения                | 3.66 |
| 97  | Rwanda                 | 3.4 | 97  | Иран        | 3.3 | 97  | Гватемала            | 3.65 |
| 98  | Albania                | 3.4 | 98  | Руанда      | 3.3 | 98  | Иран                 | 3.64 |
| 99  | Bolivia                | 3.3 | 99  | Монголия    | 3.3 | 99  | Монголия             | 3.63 |
| 100 | Kuwait                 | 3.3 | 100 | Боливия     | 3.3 | 100 | Суринам              | 3.63 |
| 101 | Cambodia               | 3.3 | 101 | Суринам     | 3.3 | 101 | Кувейт               | 3.61 |
| 102 | Mongolia               | 3.3 | 102 | Непал       | 3.3 | 102 | Молдова              | 3.60 |
| 103 | Nepal                  | 3.3 | 103 | Кувейт      | 3.3 | 103 | Гайана               | 3.60 |
| 104 | Venezuela              | 3.3 | 104 | Гайана      | 3.3 | 104 | Сальвадор            | 3.59 |
| 105 | El Salvador            | 3.3 | 105 | Камбоджа    | 3.2 | 105 | Руанда               | 3.56 |
| 106 | Uganda                 | 3.2 | 106 | Албания     | 3.2 | 106 | Камбоджа             | 3.56 |
| 107 | Tajikistan             | 3.2 | 107 | Замбия      | 3.2 | 107 | Сенегал              | 3.49 |
| 108 | Zambia                 | 3.2 | 108 | Свазиленд   | 3.2 | 108 | Замбия               | 3.46 |
| 109 | Côte d'Ivoire          | 3.2 | 109 | Гамбия      | 3.2 | 109 | Танзания             | 3.46 |
| 110 | Paraguay               | 3.1 | 110 | Венесуэла   | 3.2 | 110 | Боливия              | 3.46 |
| 111 | Senegal                | 3.1 | 111 | Молдова     | 3.2 | 111 | Кыргызстан           | 3.45 |
| 112 | Gambia, The            | 3.1 | 112 | Сенегал     | 3.1 | 112 | Непал                | 3.42 |
| 113 | Bosnia and Herzegovina | 3.1 | 113 | Парагвай    | 3.1 | 113 | Венесуэла            | 3.41 |
| 114 | Zimbabwe               | 3.1 | 114 | Уганда      | 3.1 | 114 | Таджикистан          | 3.41 |
| 115 | Kyrgyz Republic        | 3.1 | 115 | Зимбабве    | 3.1 | 115 | Парагвай             | 3.39 |
| 116 | Ethiopia               | 3.1 | 116 | Кыргызстан  | 3.1 | 116 | Уганда               | 3.39 |
| 117 | Moldova                | 3.1 | 117 | Кот-д'Ивуар | 3.0 | 117 | Гана                 | 3.38 |
| 118 | Algeria                | 3.1 | 118 | Эфиопия     | 3.0 | 118 | Зимбабве             | 3.33 |
| 119 | Gabon                  | 3.1 | 119 | Таджикистан | 3.0 | 119 | Свазиленд            | 3.31 |
| 120 | Ghana                  | 3.0 | 120 | Гана        | 3.0 | 120 | Эфиопия              | 3.29 |
| 121 | Madagascar             | 3.0 | 121 | Мадагаскар  | 3.0 | 121 | Камерун              | 3.27 |
| 122 | Mozambique             | 2.9 | 122 | Камерун     | 2.9 | 122 | Пакистан             | 3.25 |

## Продолжение прил. 1

| 1   | 2                         | 3   | 4   | 5            | 6   | 7   | 8            | 9    |
|-----|---------------------------|-----|-----|--------------|-----|-----|--------------|------|
| 123 | Malawi                    | 2.9 | 123 | Алжир        | 2.9 | 123 | Бангладеш    | 3.24 |
| 124 | Pakistan                  | 2.9 | 124 | Габон        | 2.9 | 124 | Малави       | 3.22 |
| 125 | Bangladesh                | 2.9 | 125 | Пакистан     | 2.9 | 125 | Мозамбик     | 3.17 |
| 126 | Cameroon                  | 2.9 | 126 | Малави       | 2.9 | 126 | Кот-д'Ивуар  | 3.15 |
| 127 | Benin                     | 2.8 | 127 | Бангладеш    | 2.9 | 127 | Нигерия      | 3.14 |
| 128 | Lesotho                   | 2.8 | 128 | Мали         | 2.9 | 128 | Буркина Фасо | 3.12 |
| 129 | Nigeria                   | 2.8 | 129 | Лесото       | 2.8 | 129 | Мали         | 3.11 |
| 130 | Mali                      | 2.8 | 130 | Мозамбик     | 2.8 | 130 | Бенин        | 3.09 |
| 131 | Sierra Leone              | 2.7 | 131 | Нигерия      | 2.8 | 131 | Мадагаскар   | 3.09 |
| 132 | Mauritania                | 2.6 | 132 | Сьерра-Леоне | 2.8 | 132 | Алжир        | 3.07 |
| 133 | Congo,<br>Democratic Rep. | 2.6 | 133 | Гаити        | 2.7 | 133 | Йемен        | 2.96 |
| 134 | Burundi                   | 2.6 | 134 | Мьянма       | 2.7 | 134 | Мавритания   | 2.91 |
| 135 | Chad                      | 2.5 | 135 | Бурунди      | 2.7 | 135 | Лесото       | 2.89 |
| 136 | Yemen                     | 2.4 | 136 | Буркина Фасо | 2.7 | 136 | Гвинея       | 2.88 |
|     |                           |     | 137 | Мавритания   | 2.6 | 137 | Сьерра-Леоне | 2.87 |
|     |                           |     | 138 | Йемен        | 2.6 | 138 | Бурунди      | 2.82 |
|     |                           |     | 139 | Ангола       | 2.6 | 139 | Чад          | 2.61 |
|     |                           |     | 140 | Гвинея       | 2.6 | 140 | Гаити        | 2.59 |
|     |                           |     | 141 | Чад          | 2.4 |     |              |      |

## Выезд российских граждан за рубеж в 2011-2016 годах, человек

| страна                   | годы             |          |          |          |          |         |
|--------------------------|------------------|----------|----------|----------|----------|---------|
|                          | 2011             | 2012     | 2013     | 2014     | 2015     | 2016    |
| Турция                   | 2681662          | 2516132  | 3078600  | 3278402  | 2665803  | 481412  |
| Китай                    | 1502344          | 1328887  | 1067511  | 766320   | 417206   | 668889  |
| Финляндия                | 912105           | 512514   | 904700   | 3792006  | 252428   | 227207  |
| Таиланд                  | 780234           | 885105   | 1035032  | 933811   | 506405   | 701003  |
| Германия                 | 702346           | 713109   | 830900   | 820100   | 571001   | 509597  |
| Испания                  | 645303           | 792115   | 1012832  | 982398   | 580802   | 662589  |
| Греция                   | 612464           | 690437   | 1175600  | 1016132  | 528628   | 653002  |
| Италия                   | 571603           | 570826   | 725800   | 747428   | 4814002  | 515421  |
| ОАЭ                      | 394581           | 549421   | 653445   | 597424   | 356200   | 3765004 |
| Чехия                    | 367461           | 379706   | 473653   | 413200   | 264902   | 277101  |
| Болгария                 | 339643           | 389724   | 498617   | 497710   | 352403   | 482206  |
| Кипр                     | 323631           | 404731   | 579765   | 549219   | 408600   | 635429  |
| Франция                  | 267167           | 299349   | 374905   | 361705   | 272805   | 246708  |
| Израиль                  | 225976           | 219003   | 234532   | 221400   | 171006   | 190607  |
| Австрия                  | 190840           | 219402   | 272641   | 229004   | 142711   | 126404  |
| Великобритания           | 153998           | 164110   | 187146   | 182205   | 119302   | 105231  |
| Швейцария                | 148694           | 177502   | 203131   | 209203   | 152511   | 136734  |
| Тунис                    | 145359           | 207496   | 282535   | 242903   | 40932    | 584003  |
| США                      | 112213           | 134491   | 146749   | 151525   | 104312   | 109712  |
| всего с целью<br>туризма | 14 495<br>900,00 | 15332100 | 18291700 | 17611600 | 12107100 | 9873000 |

## Количество россиян, посетивших Турцию по месяцам и годам

| Месяц    | Годы    |         |         |         |         |         |         |         |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
|          | 2007    | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    | 2012    | 2013    | 2014    |
| январь   | 46179   | 47676   | 31846   | 36638   | 45266   | 51918   | 57616   | 65412   |
| февраль  | 43134   | 49559   | 33114   | 39715   | 57176   | 50171   | 62910   | 60593   |
| март     | 47118   | 57515   | 36134   | 43342   | 76797   | 63218   | 74861   | 81868   |
| апрель   | 98227   | 109044  | 80610   | 104672  | 171282  | 152198  | 200740  | 215761  |
| май      | 283026  | 385999  | 340373  | 454369  | 525301  | 499300  | 608707  | 694886  |
| июнь     | 410458  | 530369  | 481300  | 578527  | 616014  | 613154  | 690308  | 805291  |
| июль     | 407831  | 472353  | 472395  | 535722  | 586905  | 615536  | 674353  | 805631  |
| август   | 462543  | 522007  | 508021  | 547059  | 587265  | 646344  | 735386  | 776642  |
| сентябрь | 415902  | 437326  | 442907  | 478019  | 510456  | 578276  | 710031  | 637768  |
| октябрь  | 138613  | 156350  | 154544  | 178497  | 187718  | 200058  | 316187  | 224430  |
| ноябрь   | 52099   | 61875   | 58955   | 65417   | 56081   | 72762   | 77210   | 62961   |
| декабрь  | 60206   | 49205   | 54534   | 45066   | 47746   | 56990   | 61009   | 47954   |
| всего    | 2465336 | 2879278 | 2694733 | 3107043 | 3468007 | 3599925 | 4269318 | 4479197 |

Долевое распределение туров в Турцию по продолжительности  
в 2014-2015 гг., в процентах

| Продолжительность тура, дней | 2014 г | 2015 г |
|------------------------------|--------|--------|
| 7                            | 17,9   | 16,3   |
| 8                            | 5,8    | 6,2    |
| 9                            | 14     | 13,7   |
| 10                           | 15,3   | 14,7   |
| 11                           | 10,8   | 10,3   |
| 12                           | 7,7    | 8,1    |
| 13                           | 6,5    | 7,3    |
| 14                           | 12,4   | 11     |
| другая                       | 9,6    | 12,4   |

Долевое распределение туров в Турцию по категории отелей  
в 2014-2015 г., в процентах

| Категория отеля | 2010 г. | 2009 г. |
|-----------------|---------|---------|
| 5*              | 40,7    | 41,6    |
| НV-1            | 24,4    | 27,5    |
| 4*              | 21,8    | 19,6    |
| НV-2            | 6,2     | 5,5     |
| 3*              | 5,8     | 5       |
| другие          | 1,1     | 0,8     |

Структура и количество иностранных туристов,  
посетивших Турцию по и годам

| Страна         | года     |          |          | изменение |           | доля, % |      |      |
|----------------|----------|----------|----------|-----------|-----------|---------|------|------|
|                | 2008     | 2009     | 2010     | 2009/2008 | 2010/2009 | 2008    | 2009 | 2010 |
| Германия       | 4415525  | 4488350  | 4385263  | 1,65      | -2,3      | 16,8    | 16,6 | 15,3 |
| Россия         | 2879278  | 2694733  | 3107043  | -6,41     | 15,3      | 10,9    | 10   | 10,9 |
| Великобритания | 2169924  | 2426749  | 2673605  | 11,84     | 10,17     | 8,2     | 9    | 9,3  |
| Иран           | 1134965  | 1383261  | 1885097  | 21,88     | 36,28     | 4,3     | 5,1  | 6,6  |
| Болгария       | 1255343  | 1406604  | 1433970  | 12,05     | 1,95      | 4,8     | 5,2  | 5    |
| Грузия         | 830184   | 995381   | 1112193  | 19,9      | 11,74     | 3,2     | 3,7  | 3,9  |
| Нидерланды     | 1141580  | 1127150  | 1073064  | -1,26     | -4,8      | 4,3     | 4,2  | 3,8  |
| Франция        | 885006   | 932809   | 928376   | 5,4       | -0,48     | 3,4     | 3,5  | 3,2  |
| Сирия          | 406935   | 509679   | 899494   | 25,25     | 76,48     | 1,6     | 1,9  | 3,1  |
| Италия         | 600261   | 634886   | 671060   | 5,77      | 5,7       | 2,3     | 2,3  | 2,3  |
| другие страны  | 10617676 | 10477512 | 10463039 | -1,32     | -0,14     | 40,2    | 38,5 | 36,6 |
| всего          | 26336677 | 27077114 | 28632204 | 2,81      | 5,74      | 100     | 100  | 100  |

Долевое распределение туров в Турцию по туроператорам в 2015 г.

| название      | 2015 г. | изменение |
|---------------|---------|-----------|
| Coral         | 79162   | 5284      |
| Pegas         | 77475   | -1160     |
| Tez Tour      | 75424   | -4997     |
| Mostravel     | 64831   | -11342    |
| Анекс Тур     | 63117   | 4366      |
| Sunmar Tour   | 59999   | 10327     |
| S7 Tour       | 50525   | -4628     |
| Sunrise Tour  | 49671   | -5523     |
| Natalie Tours | 37867   | -4413     |
| Troyka        | 32100   | -3267     |
| другие        | 527953  | -215158   |