CZU 338.48(560)

<https://doi.org/10.52507/2345-1106.2021-2.20>

РАЗВИТИЕ ПРИБРЕЖНОГО ТУРИЗМА СРЕДИЗЕМНОГО МОРЯ В ТУРЦИИ

ГРИБИНЧА Корина,

Доктор экономических наук, доцент,

Европейский Университет Молдовы

corina.gribincea@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2571-5849>

КАРАДЖОВА Светлана,

Студентка,

Свободный Международный Университет Молдовы

АННОТАЦИЯ

Туризм может оказывать благоприятное воздействие на окружающую среду, внося свой вклад в защиту и сохранение окружающей среды. Это способ повысить осведомленность об экологических ценностях, и он может служить инструментом для финансирования охраны природных территорий и повышения их экономического значения. В статье представлен глубокий анализ развития прибрежного туризма средиземного моря в Турции. Стремительный рост выездного туризма с новых рынков, особенно из Китая, Российской Федерации и Индии, влечет за собой изменение структуры туристических потоков и спроса средиземноморского региона. На взгляд авторов, это требует новые навыки маркетинга и обслуживания, а также соответствующей разработки продукта, что часто лучше всего достигается на местном и региональном уровне. В то же время изменение социальных ценностей, образа жизни и демографии в развитых странах все больше отражаются на изменениях спроса на туризм, что приводит к растущей фрагментации рынков туризма и появлению новых нишевых рынков.

Ключевые слова: прибрежный туризм, средиземное моря, развитие, экономический рост и занятость.

DEVELOPMENT OF TURKISH MEDITERRANEAN COASTAL TOURISM

GRIBINCEA Corina,

PhD of Economics, Associate Professor,

University of European Studies of Moldova

corina.gribincea@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2571-5849>

SUMMARY

Tourism can have a benefic effect on the environment by contributing to the protection and preservation of the environment. It is a way to raise awareness of environmental values and can serve as a tool to finance conservation of natural areas and increase their economic value. The article provides in-depth analysis of the development of Mediterranean coastal tourism in Turkey. The rapid growth of outbound tourism from new markets, especially from China, the Russian Federation and India, entails a change in the structure of tourist flows and demand in the Mediterranean region. In the opinion of the authors, this requires new marketing and service skills and appropriate product development, which is often best achieved locally and regionally. At the same time, changing social values, lifestyles and demographics in developed countries are increasingly reflected in changes in tourism demand, leading to growing fragmentation of tourism markets and the emergence of new niche markets.

Key words: coastal tourism, the Mediterranean basin, development, economic growth and employment.

Вступление. Прибрежный туризм основывается на уникальном сочетании ресурсов, расположенных на границах суши и морской среды: солнце, пляжи, отличные пейзажи, богатая биоразнообразия, морская еда и хорошая транспортная инфраструктура.

Турецкое побережье Средиземного моря занимает в длину свыше 1500 км и в основном оно окружено горами. ЮНЕСКО признало Средиземное море одним из чистейших на Земле.

Средиземноморский регион, включая как северное, так и южное побережье, является основным туристическим направлением в мире [9]. Следовательно, туризм играет жизненно важную роль в экономике региона, выступая в качестве значительного источника экономического роста и занятости, а также внося положительный вклад во внешний платежный баланс страны.

Туризм в основном сосредоточен в прибрежных районах, которые принимают около 30% международных туристических прибытий [16]. Наиболее широко используемая модель развития туризма, применяемая в регионе, основана на летнем отдыхе на море. Из 46000 км береговой линии 25 тыс. км урбанизированы, а прибрежная урбанизация, по оценкам, уже превысила критический предел. Более 80% туристов, посещающих Средиземное море, приезжают из Европы, в основном из северных и западных стран. Германия является крупнейшим рынком, за ней следуют Великобритания, Франция и Италия. Испания, Франция, Италия и Греция. Средиземноморье получает около 1/3 общего дохода от мирового туризма [8]. Страны Средиземноморья за последние два десятилетия продемонстрировали самые высокие темпы роста въездного мирового туризма. Этот рост туризма в странах-партнерах Средиземноморья контрастирует с более слабыми темпами роста туризма в странах-членах ЕС.

При написании данной работы применялись такие **методы научного исследования** как анализ и синтез, метод логический (дедуктивный, индуктивный анализ, обобщение, представления и др.), метод исторический, метод сравнения и другие.

Результаты и обсуждение. Прибрежный туризм основывается на уникальном сочетании ресурсов, расположенных на границах суши и морской среды:

солнце, пляжи, отличные пейзажи, богатая биоразнообразия (птицы, киты, кораллы и т. д.), морская еда и хорошая транспортная инфраструктура. Наиболее привлекательными являются морские побережья, составная часть пассивного отдыха, известного как «три S»: Sea-Sun-Sand (Море-Солнце-Песок). Главную услугу отдыхающим предоставляет не отель, а солнце, воздух и вода. Положение о применении прибрежного законодательства, [7] разработанное в соответствии с Законом Турции о прибрежных территориях от 04.04.1990 номер 3621, приводит следующие определения.

Отметим, что определение туризма, используемое Всемирной туристской организацией Организации Объединенных Наций (UNWTO), включает совокупность отраслей, таких как строительство и инфраструктура, транспорт, размещение, услуги питания и напитков, отдых и развлечения, туристические агентства, туроператоры и значительная часть ремесел, культура и наследие и т. д.

Туризм может влиять на местные и региональные сообщества в трех основных областях: местная экономика; местная социальная и культурная жизнь; и местная среда.

Местные экономические эффекты, связанные с туризмом - могут принимать различные формы, в том числе:

- рост занятости может быть напрямую связан с туризмом, например, с должности гидов или руководителей в гостиничных комплексах или в вспомогательных отраслях, таких как производство продуктов питания или розничные поставщики;
- увеличение расходов местных и региональных сообществ за счет посетителей или туризма может прямо или косвенно способствовать жизнеспособности местного бизнеса;
- диверсификация экономики для многих местных и региональных сообществ является страховкой от трудностей в других секторах экономики, предлагая дополнительные средства дохода, туризм может поддерживать сообщество, когда традиционная отрасль находится под финансовым давлением, особенно когда это сообщество сильно зависит от одной отрасли;

• улучшенная инфраструктура, включая дороги, парки и другие общественные места, которые часто развиваются как для посетителей, так и для местных жителей за счет увеличения туристической активности в регионе;

• малые и средние предприятия (МСП) являются неотъемлемой частью экономического развития, но часто плохо развиты в Средиземноморском регионе, более высокие объемы туризма связаны с увеличением активности малого и среднего бизнеса и предпринимательства в целом, особенно в сферах услуг, связанных с туризмом (например, гиды, бары, рестораны и т. д.).

Однако существуют некоторые негативные экономические последствия для местных и региональных сообществ, связанные с туризмом:

• чрезмерная зависимость от туризма может плохо сказаться на местных и региональных экономиках в случае экономического спада, в этом смысле, хотя развитие туризма может быть полезным для содействия экономической диверсификации, следует развивать и другие отрасли и избегать замены одной формы экономической зависимости на другую;

• неблагоприятные политические события, которые не обязательно связаны с местной или региональной экономикой, могут вызвать непропорциональное сокращение туризма.

Местные социальные и культурные эффекты - туризм может поддержать или даже в некоторых случаях восстановить общность и гордость. Позитивное чувство идентичности сообщества может быть усилено, а туризм может побудить местные сообщества поддерживать свои традиции и идентичность.

Воздействие на окружающую среду - качество окружающей среды, как естественной, так и созданной руками человека, имеет важное значение для туризма [16]. Взаимосвязь туризма с окружающей средой является сложной, поскольку многие виды деятельности могут иметь вредные экологические последствия, многие из этих эффектов связаны со строительством общей инфраструктуры, такой как дороги и аэропорты, туристические объекты, включая курорты, отели, рестораны, магазины, поля для гольфа, пристани для яхт.

С другой стороны, туризм может оказывать благоприятное воздействие на окружающую среду, внося свой вклад в защиту и сохранение окружающей среды. Это способ повысить осведомленность об экологических ценностях, и он может служить инструментом для финансирования охраны природных территорий и повышения их экономического значения. Кроме Средиземного моря, Турцию омывают Черное и Эгейское моря.

Таблица 1. Доходы туризма

AYLAR Months	Yıllar-Years												Değişim Oranı (%) - Rate of Change (%)																						
	KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI + TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU + MERKEZ BANKASI Ministry of Culture and Tourism Türstat Central Bank				KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI + TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU + MERKEZ BANKASI Ministry of Culture and Tourism Türstat Central Bank				KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI + TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU + MERKEZ BANKASI Ministry of Culture and Tourism Türstat Central Bank				KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI + TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU + MERKEZ BANKASI Ministry of Culture and Tourism Türstat Central Bank				KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI + TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU + MERKEZ BANKASI Ministry of Culture and Tourism Türstat Central Bank				KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI + TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU + MERKEZ BANKASI Ministry of Culture and Tourism Türstat Central Bank														
	2018				2019				2020				2021*				2019/2018				2020/2019				2021/2020										
	(₺)	(M)	(B)	TOPLAM (Bn)	(₺)	(M)	(B)	TOPLAM (Bn)	(₺)	(M)	(B)	TOPLAM (Bn)	(₺)	(M)	(B)	TOPLAM (Bn)	(%)	(%)	(%)	TOPLAM (Bn)	(%)	(%)	(%)	TOPLAM (Bn)	(%)	(%)	(%)	TOPLAM (Bn)							
	(₺)	(M)	(B)	TOPLAM (Bn)	(₺)	(M)	(B)	TOPLAM (Bn)	(₺)	(M)	(B)	TOPLAM (Bn)	(₺)	(M)	(B)	TOPLAM (Bn)	(%)	(%)	(%)	TOPLAM (Bn)	(%)	(%)	(%)	TOPLAM (Bn)	(%)	(%)	(%)	TOPLAM (Bn)							
OCAK January	1 118,3	385,9	6,9	1 511,2	1 254,4	324,1	7,0	1 585,5	1 463,3	364,9	5,8	1 834,0	528,6	261,9	4,4	794,9	12,2	-16,0	1,4	4,9	16,7	12,6	-17,1	15,7	-63,9	-28,2	-24,1	-56,7							
ŞUBAT February	979,5	314,4	7,5	1 301,4	1 071,0	282,5	5,7	1 359,2	1 168,8	305,2	5,5	1 479,5	445,6	222,1	4,3	672,0	9,3	-10,1	-24,0	4,4	9,1	8,0	-3,5	8,9	-61,9	-27,2	-21,8	-54,6							
MART March	1 250,6	353,7	8,3	1 612,6	1 378,2	299,2	7,6	1 685,0	660,2	121,0	6,5	787,7	702,9	277,4	5,0	985,3	10,2	-15,4	-8,4	4,5	-52,1	-59,6	-14,5	-53,3	6,5	129,3	-23,1	25,1							
3 AYLIK TOPLAM 3 Months Total	3 348,4	1 054,0	22,7	4 425,2	3 703,6	905,8	20,3	4 629,7	3 292,3	791,1	17,8	4 101,2	1 677,1	761,4	13,7	2 452,2	10,6	-14,1	-10,6	4,6	-11,1	-12,7	-12,3	-11,4	-49,1	-3,8	-23,0	-40,2							
NİSAN April	1 409,5	388,9	11,7	1 810,1	1 663,7	323,7	9,1	1 996,4	Pandemi koşullarında sınır kapılarının kapalı olması nedeniyle TÜİK tarafından anket palgaması yapılmamış ve bu nedenle turizm geliri rakamını hesaplanamamıştır.												18,0	-16,8	-22,2	10,3											
MAYIS May	2 063,1	347,6	11,3	2 421,9	2 331,5	297,0	11,1	2 639,7													13,0	-14,6	-1,8	9,0											
HAZİRAN June	2 463,5	336,8	12,2	2 812,5	2 979,5	346,3	12,0	3 337,8													20,9	2,8	-1,6	18,7											
TEMMUZ July	2 906,1	615,7	13,1	3 534,8	3 603,3	769,8	11,8	4 384,9	323,2	232,6	5,5	561,4					24,0	25,0	-9,9	24,0	-91,0	-69,8	-52,6	-87,2											
AĞUSTOS August	3 508,8	753,8	18,8	4 281,4	4 337,0	892,0	15,1	5 244,1	1 125,2	488,4	8,8	1 622,3					23,6	18,3	-19,7	22,5	-74,1	-45,2	-41,9	-69,1											
EYLÜL September	2 956,7	716,0	13,6	3 686,4	3 544,6	842,8	14,7	4 402,1	1 426,7	416,8	17,2	1 860,6					19,9	17,7	8,1	19,4	-59,8	-50,6	17,2	-57,7											
EKİM October	2 887,9	413,9	16,3	3 318,2	3 608,5	481,4	11,6	4 101,5	1 670,3	375,7	8,9	2 054,9					25,0	16,3	-28,8	23,6	-53,7	-22,0	-23,3	-49,9											
KASIM November	1 415,4	368,6	10,7	1 784,0	1 692,1	433,5	12,8	2 138,1	745,2	299,2	7,5	1 051,9					19,5	17,6	16,8	19,1	-56,0	-31,0	-40,0	-50,8											
ARALIK December	1 068,9	350,1	8,7	1 427,6	1 241,1	395,9	8,3	1 645,9	514,2	283,1	5,6	806,9					16,1	13,1	2,3	15,3	-58,6	-28,5	7,9	-51,0											

Источник: Турецкий институт статистики, Центральный банк, Министерство культуры и туризма

По данным Турецкого статистического института, Главного управления безопасности Министерства внутренних дел, Министерства культуры и туризма, доходы сектора туризма (табл.1.) постоянно показывают рост, за исключением 2021 года, когда падение доходов составило -56,7% в январе, -54,6% в феврале, падение доходов за первые три месяца 2021 года составляло -

40,2%, учитывая, что в марте наблюдался рост на 25,1% по сравнению с 2020 годом.

По некоторым оценкам, потери туризма от пандемии по странам, составят: США – 185, Испания -56,7, Франция -50,4, Таиланд -46,2, Германия -42, Италия -35, Англия -34,3, Австралия -33,6, Япония -31,5, Китай -28, Турция -25,5, Индия -21, Австрия -16,8 миллиарда долларов. В этих условиях близкие, солнечные, просторные страны с развитой

инфраструктурой здравоохранения выйдут на первый план в процессе восстановления, особенно у островов, побережья Адрии и стран Средиземноморья и Восточного Средиземноморья, включая Турцию, больше шансов, имея опыт, полученный во время пандемии, когда только

Анталья смогла быть местом для отдыха с 3 миллионами туристов в 2020 году [6].

Расходы на туризм в период 2018-2021 гг. заметно сократились в условиях пандемии, начиная с марта 2020 г. - 58,7% (табл. 2). Снижение расходов в допандемийный период имело сезонный характер (январь-февраль, апрель-июнь).

Таблица 2. Расходы туризма

AYLAR Months	YILLAR Years				DEĞİŞİM ORANI (%) Rate of Change (%)		
	2018	2019	2020*	2021**	2019/2018	2020/2019	2021/2020
OCAK January	363,2	346,2	330,0	68,4	-4,7	-4,7	-79,3
ŞUBAT February	342,8	335,0	304,4	71,4	-2,3	-9,1	-76,5
MART March	373,0	385,5	159,1	96,7	3,4	-58,7	-39,2
3 AYLIK TOPLAM 3 Months Total	1 079,0	1 066,7	793,5	236,5	-1,1	-25,6	-70,2
NİSAN April	561,6	336,5	Pandemi		-40,1	Pandemi	
MAYIS May	519,8	319,8			-38,5		
HAZİRAN June	568,8	426,2			-25,1		
TEMMUZ July	429,0	450,4	48,7		5,0	-89,2	
AĞUSTOS August	422,9	431,5	41,1		2,0	-90,5	
EYLÜL September	357,5	349,1	36,2		-2,3	-89,6	
EKİM October	328,4	352,2	64,7		7,2	-81,6	
KASIM November	302,1	332,9	56,3		10,2	-83,1	
ARALIK December	327,2	338,4	64,0		3,4	-81,1	

Источник: Турецкий институт статистики, Центральный банк, Министерство культуры и туризма

По данным табл. 3. доля доходов от туризма в ВВП Турции за последние 15 лет составляла 2,6-

4,6%, а средние расходы были выше у местных туристов по сравнению с иностранными.

Таблица 3. Доходы-расходы. Средний расход

YILLAR	TOPLAM ОБЩЕЕ						YABANCI ¹ ИНОСТРАННЫЙ		VATANDAŞ ГРАЖДАНЕ ²		YABANCI + VATANDAŞ ³ ИНОСТРАННЫЙ + ГРАЖДАНИН
	GELEN ZİYARETÇİ SAYISI КОЛИЧЕСТВО ПОСЕТИТЕЛЕЙ	ÇIKAN ZİYARETÇİ SAYISI КОЛИЧЕСТВО ПОСЕТИТЕЛЕЙ	TURİZM GELİRİ ДОХОД ОТ ТУРИЗМА (1 000 \$)	ORTALAMA HARCAMA СРЕДНИЕ РАСХОДЫ (\$)	TURİZM GELİRİNİN GSYİH İÇİNDEKİ PAYI (%) ДОЛЯ ДОХОДОВ ОТ ТУРИЗМА В ВВП (%)	TURİZM ⁴ ТУРИЗМ (Milyon \$)	TURİZM GELİRİ ДОХОД ОТ ТУРИЗМА (1 000 \$)	ORTALAMA HARCAMA СРЕДНИЕ РАСХОДЫ (\$)	TURİZM GELİRİ ДОХОД ОТ ТУРИЗМА (1 000 \$)	ORTALAMA HARCAMA СРЕДНИЕ РАСХОДЫ (\$)	GSM+Marina Hizmet Harcamaları (1000 \$)
2004	20 753 734	20 262 640	17 076 607	843	4,2	2 954	13 061 118	759	3 862 552	1 262	152 937
2005	25 045 142	24 124 501	20 322 111	842	4,1	3 395	15 725 813	766	4 374 383	1 214	221 915
2006	23 924 023	23 148 669	18 593 951	803	3,4	3 271	13 918 757	722	4 463 614	1 153	211 580
2007	27 239 630	27 214 988	20 942 500	770	3,1	4 043	15 936 347	692	4 703 850	1 121	302 303
2008	31 137 774	30 979 979	25 415 067	820	3,3	4 266	19 612 296	742	5 418 439	1 191	384 332
2009	31 759 816	32 006 149	25 064 482	783	3,9	5 090	19 063 702	697	5 690 629	1 222	310 150
2010	32 997 308	33 027 943	24 930 997	755	3,2	5 875	19 110 003	670	5 558 366	1 231	262 627
2011	36 769 039	36 151 328	28 115 692	778	3,4	5 531	22 222 454	709	5 638 484	1 168	254 753
2012	37 715 225	36 463 921	29 007 003	795	3,3	4 593	22 410 364	715	6 354 378	1 241	242 261
2013	39 860 771	39 226 226	32 308 991	824	3,4	5 254	25 322 291	749	6 760 180	1 252	226 519
2014	41 627 246	41 415 070	34 305 903	828	3,7	5 470	27 778 026	775	6 289 260	1 130	238 617
2015	41 114 069	41 617 530	31 464 777	756	3,7	5 698	25 438 923	715	5 843 074	970	182 780
2016	30 906 680	31 365 330	22 107 440	705	2,6	5 050	15 991 381	633	5 964 853	978	151 206
2017	37 969 824	38 620 346	26 283 656	681	3,1	5 137	20 222 971	630	5 908 752	903	151 933
2018	46 112 592	45 628 673	29 512 926	647	3,8	4 896	24 028 311	617	5 345 472	801	139 142
2019	51 747 198	51 860 042	34 520 332	666	4,6	4 404	28 704 946	642	5 688 271	796	127 116
2020	15 963 997	15 826 266	12 059 320	762	1,7	1 105	9 097 118	716	2 886 859	926	75 343
2021*	2 689 986	2 600 468	2 452 213	943	-	236	1 677 061	918	761 449	983	13 703

1 - Çıkış Yapan Yabancı ziyaretçilerden elde edilen gelir.	1 - Доходы от выезжающих из-за рубежа посетителей.
2 - Yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilen gelir.	2 - Доходы от посетителей-граждан, проживающих за границей.
3 - GSM Dola 3 - Расходы на роуминг GSM и расходы на услуги порта включены в общий доход, и различие между иностранными и гражданами не допускается.	
4 - Yurtiçi ikametli vatandaşların yurtdışında yapmış olduğu harcamalardır.	4 - Расходы местных жителей за рубежом.

Источник: Турецкий институт статистики, Центральный банк, Министерство культуры и туризма

К сожалению, более детальных данных по прибрежному туризму нет, на сайте офиса по инвестициям Президентуры последние данные - от 2018-го года, [12] эти данные носят общий характер и дают только общее представление о позиции Турции на мировом рынке туристических услуг, а отчет о состоянии индустрии туризма [12] относится к 2016-2017 гг. и включает общий раздел и два раздела по медицинскому и халляльному туризму.

После проведения политики свободной рыночной экономики и поощрения туризма правительством в 1980-х годах туризм стал играть важную роль в экономике Турции. Благодаря удобному географическому положению и природным возможностям, а также многочисленным историческим, религиозным и археологическим памятникам Турция является одной из ведущих стран в области туризма.

Конкуренция в сфере туризма в Средиземноморье в период затишья пандемии. Восстановления туризма в 2021 году в связи с вакцинацией в туризме ждут, однако прогнозы не слишком оптимистичны – восстановится от 50-60% оборота «доковидного» 2019 года, при этом около 90% представителей туристического сектора находится под угрозой банкротства [17]. Т.е. полноценно туризм в 2021 году не восстановится.

При этом, что существует огромный отложенный спрос, туристы хотят путешествовать. Но предупреждение о поездках было продлено до 31 августа для стран за пределами Европы. Это касается примерно 160 стран, в которые официально не рекомендуется путешествовать. Уровень инфицирования примерно в 160 странах сильно различается. Многие государства успешно борются с коронавирусом. Есть туристические направления, где инфицированных явно меньше. Во многих местах внедрены строгие правила гигиены и безопасности, чтобы не подвергать опасности здоровье отдыхающих. Но глобальное предупреждение о поездках одинаково касается всех.

Вместе с тем, Европейский союз еще не полностью отменил предупреждения о поездках, введенные из-за пандемии, а страны Южного Средиземноморья, которым нужны доходы от туризма, не могут больше ждать и отменяют запреты. Конкуренция в сфере туризма в Средиземноморье в связи с частичным снятием ограничений стала более напряженной. Курортные страны Средиземноморья, которые оказались в сложной ситуации из-за пандемии, чтобы привлечь туристов в летний сезон стали практиковать новые маркетинговые инструменты.

Греция начала туристический сезон 2021 в разгар ожесточенной конкуренции в Средиземноморье, чтобы переубедить отдыхающих, выходящих из

ограничений, и открыла его в пятницу, 4-го июня, после 6-тимесячной остановки, наложенной на Грецию, включая близлежащие острова Миконос и Санторини. Весь персонал вакцинирован, столики расположены снаружи и разнесены, у каждого есть дезинфицирующие средства для рук.

Хорватия также объявила об открытии курортного сезона. Мальта - в то время как другие средиземноморские страны объявили, что они предоставят различные возможности для привлечения туристов, на Мальте туристам будут выдавать ваучеры на дайвинг и предлагать скидки клиентам отелей. Португалия по данным сайта сравнительных цен на туры travelsupermarket.com и в 2021 году останется фаворитом британских туристов, так как Португалия - единственная южноевропейская страна в Зеленом списке Великобритании, в которую может путешествовать без карантинных условий. Количество недавних поисков Португалии на сайте выросло на 865%.

Испания продолжает консультации с Великобританией по вопросам туризма. В 2019 году примерно 18 миллионов британцев предпочли Испанию для отдыха. Италия отменила карантин для туристов из ЕС, Великобритании и Израиля. В этом году предполагается, что прибрежный туризм Италии будет расти, но очень медленно, примерно на уровне 20% от до пандемии. Франция. Помощь туристическому сектору в пандемию достигла 28 млрд. евро [4].

В Турции, число туристов которой сократилось на 69% в 2020 году, иностранные туристы были освобождены от комендантского часа, обязательного для населения, как для Стамбула, так и для морских курортов, а путешественникам из Китая, Великобритании, Австралии и 13 других стран больше не нужно будет сдавать тест на Covid-19. [1]

По данным Турецкого статистического института (TUIK), количество туристов, приезжающих в Турцию, снизилось на 69,14% в 2020 году до 15,9 млн. чел. Число туристов, приехавших в Турцию в 2019 году, составило 51,7 млн. чел. [10] Министерство культуры и туризма объявило, что планирует принять 34 млн туристов в 2021 году, что более чем на 100% больше, чем в 2020 году. Однако результаты первых двух месяцев 2021 года показали, что эффект пандемии продолжался, а потеря туристов в январе и феврале превысила 70% по сравнению с 2020 годом [10].

Вместе с тем, профессионалы туризма пессимистично смотрят на лето 2021 года – при количестве заболевших ниже 5000, в 2021 году в Турцию могут приехать около 30 млн туристов. По другим оценкам специалистов, Турцию посетят 6 миллионов туристов, [4] так как решение о закрытии было принято поздно и потребуется время, чтобы

смягчить предупреждения о поездках в страны, откуда прибывают туристы. В этих условиях, половина из примерно 12 тысяч турфирм в Турции уже закрылась, раннее бронирование также остановилось. [10] По данным TURKSTAT, все виды

расходов снизились по сравнению с тем же кварталом прошлого года, расходы на туристические услуги - на 78,8%, а расходы на пакетные туры - на 77,2% (рис.1) [15].

Рис. 1. Изменение видов расходов по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года (%), III квартал 2020 г.

Источник: Vogt M.G. Determinants of the demand for US exports and imports of tourism. London: Economics, 2020.

В 3-м кв. 2020 г., который приходится на июль, август и сентябрь – лучшие месяцы для пляжного отдыха, доходы от туризма снизились на 71,2% и составили 4 млрд. 44 млн. 356 тыс. долл. США, в то время как 71,6% этого дохода (без учета расходов на GSM-роуминг и услуги марины) было получено от иностранных посетителей, 28,4% было получено от граждан, проживающих за рубежом. Посетители

организуют свое путешествие индивидуально или с пакетным туром. В то время как индивидуальные расходы составили

3 млрд. 97 млн. 691 тыс. долл. США от общего дохода от туризма, 946 млн. 665 тыс. долл. США дохода от туризма были получены за счет расходов на пакетные туры (рис.2).

а

б

Рис. 2. Доходы от туризма по типу посетителя (а) и средние расходы на душу населения (б), III квартал 2020 г.

Источник: Турецкий институт статистики <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/81939,3103turizmistatistikleri2020-4pdf.pdf?0>.

Средние расходы за ночь составили \$61. В то время как средние расходы за ночь иностранцев, оставшихся на ночь, составляли \$70, средние расходы за ночь для граждан Турции, проживающих за границей, составили \$46. Количество выезжающих снизилось на 74,1% по сравнению с тем же кварталом прошлого года и снизилось до 5 млн. 604 тыс. 155 чел. Предполагается, что в новых

условиях внутренний туризм может увеличиться [15].

Анталья, считающаяся туристическим центром Турции, является одним из городов, которые наиболее сильно испытали на себе последствия пандемии. Количество туристов, приезжающих в город, который ежегодно принимает в среднем 15 млн туристов, снизилось до 3 млн в 2020 году.

Германия. Что касается стран- поставщиков туристов в Турцию, то по количеству немецких туристов Турция в настоящее время находится на 3-м месте после Греции и Испании, в 2019-м году- после Испании и Италии (рис.1.7.). Отдых в своей стране в моде, но в течение многих лет Германия была бесспорным лидером среди самых популярных туристических направлений для более длительных

каникул от пяти дней и более. Самые популярные зарубежные направления - Средиземное море. По данным Ассоциации немецких туристических агентств (DRV) [2], количество бронирований в 2020 г. составило около 20-25% от 2019 года, большая часть бронирований перенесена на конец летних и осенних месяцев и даже на 2022 год.

Рис.3. Средиземноморская Турция занимает третье место среди зарубежных направлений Германии

Источник: Destinations <https://www.drv.de/themen/reisen-in-zahlen/destinationen.html>

Россия и Германия являются ведущими странами, которые отправляют больше всего туристов в Турцию. Приняв в 2019 году 7 млн российских и 5 млн немецких туристов, в 2020 году Турция смогла привлечь 2,1 млн туристов из России и 1,1 млн туристов из Германии.

Основные вызовы, стоящие перед туризмом Турции в Средиземноморье и Covid-19. Туристическая индустрия в Средиземноморье сталкивается с рядом ключевых проблем, которые влияют на ее долгосрочное развитие и успех. Эти вызовы включают:

- управление глобализацией и меняющимися рынками;
- оценка влияния туризма на экономику;
- борьба с изменением климата и устойчивостью;
- использование экономики знаний;
- укрепление человеческих ресурсов;
- управление влиянием политических рисков.

Экономические рынки, технологии и коммуникации со временем становятся все более интернациональными, а более глубокая либерализация режимов международной торговли и снижение барьеров для всех форм международного обмена позволили глобальному кризису распространиться, вызвав серьезную глобальную рецессию, а также способствует расширению прав и возможностей потребителей через доступ к глобальным знаниям через Интернет.

Стремительный рост выездного туризма с новых рынков, особенно из Китая, Российской Федерации и Индии, влечет за собой изменение структуры туристических потоков и спроса средиземноморского региона. Однако, это требует новые навыки маркетинга и обслуживания, а также

соответствующей разработки продукта, что часто лучше всего достигается на местном и региональном уровне. В то же время изменение социальных ценностей, образа жизни и демографии в развитых странах все больше отражаются на изменениях спроса на туризм, что приводит к растущей фрагментации рынков туризма и появлению новых нишевых рынков.

Вероятно, и дальше будет стимулироваться рост деловых поездок с увеличением мобильности бизнеса и ростом глобальных предприятий, нанимающих растущую рабочую силу из-за рубежа. Встречи, поощрительные мероприятия, съезды и поездки на выставки останутся быстрорастущим сегментом. Деловые путешественники, которым не хватает времени, будут стремиться совместить деловые поездки и поездки на отдых.

Разработка туристической политики как на национальном, так и на местном уровне должна быть структурирована, чтобы реагировать на такие изменения. Туризм также вносит вклад в экономику практически во всех отраслях экономики. Процесс, посредством которого потребитель (посетитель) приходит к продукту (месту назначения), потребляет идентифицируемые туристические продукты, а также несет обычные повседневные расходы на проживание в этом месте назначения, уникален среди рынков сбыта товаров и услуг. Широкий спектр продуктов и услуг, потребляемых туристами, создает особые проблемы, которые не характерны для других товарных рынков. Кроме того, туризм имеет негативные социальные последствия в таких разнообразных областях, как преступность, здоровье, перегруженность, цены на землю и другие места, а также городские удобства.

Также становится ясно, что туризм может принести более широкие экономические и социальные выгоды турнаправлениям и, особенно, поддержать местные и региональные сообщества.

Изменение климата представляет собой серьезную проблему для мировой экономики и общества с огромными потенциальными последствиями для путешествий и туризма, с эффективными мерами по смягчению или адаптации со стороны правительств или без них. По оценкам, на туризм приходится до 5,3% глобальных антропогенных выбросов парниковых газов, при этом на транспорт приходится около 75% этих выбросов. Однако растущее осознание важности и потенциала зеленых рабочих мест - продвижение деятельности с низким уровнем выбросов углерода и более эффективного использования энергии - предлагает туризму возможность адаптировать свои производственной практики и участвовать в расширении рабочих мест «зеленого воротничка», которые рассматриваются как основная возможность роста занятости во всем мире в ближайшие годы [11].

Поскольку важность туризма для развития Средиземноморья широко признана, в регионе уже действуют несколько агентств с целью поддержки развития туризма. Ключевые организации включают:

- Европейский инвестиционный банк (ЕИБ)[5]
- Всемирная туристская организация ООН (UNWTO)
- Союз Средиземноморья (UfM).

Хотя туризм не входит в число основных проектов, запущенных Союзом, несколько инициатив оказывают влияние на туристическую отрасль, например, проект по снижению загрязнения Средиземноморья- влияет на управление окружающей средой в туристических зонах, или проект морских и наземных магистралей - направлен на увеличение и улучшение движения товаров и людей за счет улучшения портов и строительства автомагистралей и железных дорог, что имеет особое значение для туризма в регионе. Поскольку большинство местных фирм, обслуживающих туристическую отрасль, являются малыми и средними предприятиями, инициатива по развитию бизнеса в Средиземноморье имеет важное значение [13].

Заключение. Средиземноморский регион, включая как северное, так и южное побережье, является основным туристическим направлением в мире. Следовательно, туризм играет жизненно важную роль в экономике региона, выступая в качестве значительного источника экономического

роста и занятости, а также внося положительный вклад во внешний платежный баланс страны.

Туризм может оказывать благоприятное воздействие на окружающую среду, внося свой вклад в защиту и сохранение окружающей среды. Это способ повысить осведомленность об экологических ценностях, и он может служить инструментом для финансирования охраны природных территорий и повышения их экономического значения. Кроме Средиземного моря, Турцию омывают Черное и Эгейское моря. Самыми популярными турецкими средиземноморскими курортами считаются Сиде, Белек, Алания, Анталия и Кемер. Прибрежный туризм основывается на уникальном сочетании ресурсов, расположенных на границах суши и морской среды: солнце, пляжи, отличные пейзажи, богатая биоразнообразия, морская еда и хорошая транспортная инфраструктура. Наиболее привлекательными являются морские побережья, составная часть пассивного отдыха.

После проведения политики свободной рыночной экономики и поощрения туризма правительством в 1980-х годах туризм стал играть важную роль в экономике Турции. Благодаря удобному географическому положению и природным возможностям, а также многочисленным историческим, религиозным и археологическим памятникам Турция является одной из ведущих стран в области туризма.

Экономические рынки, технологии и коммуникации со временем становятся все более интернациональными, а более глубокая либерализация режимов международной торговли и снижение барьеров для всех форм международного обмена позволили глобальному кризису распространиться, вызвав серьезную глобальную рецессию, а также способствует расширению прав и возможностей потребителей через доступ к глобальным знаниям через Интернет.

Стремительный рост выездного туризма с новых рынков, особенно из Китая, Российской Федерации и Индии, влечет за собой изменение структуры туристических потоков и спроса средиземноморского региона. Однако, это требует новые навыки маркетинга и обслуживания, а также соответствующей разработки продукта, что часто лучше всего достигается на местном и региональном уровне. В то же время изменение социальных ценностей, образа жизни и демографии в развитых странах все больше отражаются на изменениях спроса на туризм, что приводит к растущей фрагментации рынков туризма и появлению новых нишевых рынков.

Библиографические сноски:

1. Akdeniz'de turizm rekabeti kızışıyor. <https://www.dw.com/tr/akdenizde-turizm-rekabeti-kizisiyor/a-57536455> (дата обращения 11.09.2021).
2. Destinationen. <https://www.driv.de/themen/reisen-in-zahlen/destinationen.html>. (дата обращения 11.10.2021)
3. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/tr/fransada-turizm-sektörüne-28-milyar-euro-yardım/a-57495001>(дата обращения 11.09.2021)
4. Deutsche Welle. <https://www.dw.com/tr/turizmciler-2021-yazı-için-karamsar/a-57416251>. (дата обращения

- 14.09.2021).
5. European Investment Bank. <https://www.eib.org/en/index.htm>. (дата обращения 22.09.2021).
 6. Gnoth J. The Structure of Destination Brands. Liverpool, 1998.
 7. Lara Antalya. https://en.wikipedia.org/wiki/Lara,_Antalya. (дата обращения 11.09.2021).
 8. Plage en Turquie: quelles sont les plus belles plages de turquie? <https://voyages.ideoz.fr/plages-turquie-activites>.
 9. The OECD's report on Tourism Trends. <http://www.oecd.org/dataoecd/22/15/46754816.pdf>.
 10. The Real Estate Sector in Turkey. <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/real-estate-industry.pdf>. (дата обращения 22.09.2021).
 11. The Union for the Mediterranean. <https://ufmsecretariat.org/>.
 12. The World Travel & Tourism Council <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. (дата обращения 16.09.2021).
 13. Thompson A., Thompson H. Research note: The exchange rate, euro switch and tourism revenue in Greece. Athens: Tourism Economics, 2010.
 14. Turizm İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/81939,3103turizmistatistikleri2020-4pdf.pdf?0>. (дата обращения 19.09.2021).
 15. Vogt M.G. Determinants of the demand for US exports and imports of tourism. London: Economics, 2020.
 16. В 2021 году туризм не восстановится, 90% турфирм обанкротятся. <https://www.tourprom.ru/news/48730/>. (дата обращения 11.09.2021).
 17. Дайвинг в Турции. <http://www.diveturk.ru/diving-f/uncategorised.html>. (дата обращения 25.09.2021)..