

УДК 338  
ББК 65-31

**ОПЫТ ИСПАНИИ  
НА МИРОВОМ  
РЫНКЕ  
ТУРИСТИЧЕСКИХ  
УСЛУГ**

**Машокиров Джахонгир Нёматуллоевич,**  
*аспирант кафедры географии и туризма факультета туризма  
Малагского университета Испании (Малага, Испания); старший  
преподаватель кафедры менеджмента и экономики труда  
Таджикского государственного университета коммерции  
(Таджикистан, Душанбе).*

**EXPERIENCE OF  
SPAIN IN WORLD  
TRAVEL SERVICES**

**Mashokirov Jahongir Nematulloevich,**  
*Post-graduate of the department of Geography and Tourism,  
Faculty of Tourism, University of Malaga,  
Malaga, Spain; Lecturer and PhD student. Department of  
Management and Labor Economics. Faculty of Economics and  
Management. Tajik State University of Commerce (Dushanbe,  
Tajikistan). E-MAIL: jahongir.mashokirov@gmail.com*

**Ключевые слова:** *Испания, туризм, туристические услуги, туристический рынок, мировой рынок, доходы от туризма, туристическая деятельность*

*В статье рассматривается опыт Испании в формировании и развитии качества туристических услуг на мировом туристическом рынке. Развитию туризма в Испании способствует ее географическое расположение, развитая туристическая инфраструктура. Исследовано современное состояние туризма в Испании. Определены перспективы развития туризма Испании на мировом рынке, основной задачей которого является использование опыта лучших предприятий в сфере туризма и переложение их опыта на другие предприятия стран мира. В статье даются основные сведения о данной системе и описание инструментов управления туризмом, опыт Испании в формировании системы качества туристических услуг, обеспечивающих данной стране одно из ведущих мест по уровню развития туризма в мире, а также по величине доходов от этого сектора в экономике страны.*

**Key words:** *Spain, tourism, touristic services, tourist market, global market, incomes from tourism, tourism activity.*

*The article deals with the Spanish experience in the formation of the quality of tourist services in the global tourism market. The development of tourism in Spain is promoted by its geographical location, well-developed tourist infrastructure. The current state of tourism development in Spain is explored. The prospects of the development of tourism in Spain on the world market, whose main task is to use the experience of the best companies in tourism and trasference of their experience to other countries are determined. The article provides basic information about the system and a description of tourism management tools, the Spanish experience in the formation of the system of a quality of tourist services, ensuring the country*

*one of the leading places in terms of tourism development in the world and also about the revenue volume from this sector of economy.*

Туристические услуги являются весьма сложным видом деятельности, охватывающим многие секторы экономики. Без их планирования могут произойти неожиданные и нежелательные события. При этом во многих странах туризм до сих пор является относительно новым видом деятельности. Некоторые правительства, а зачастую и частный сектор, обладают недостаточным или ничтожным опытом в области надлежащего развития туризма. В тех странах, в которых туризм до сих пор не достиг значительных масштабов, планирование может послужить необходимым условием для его развития. В тех местах, где туризм уже в определенной степени развит, туристические услуги зачастую необходимы для оживления этого сектора и поддержания его жизнеспособности в будущем [4, с. 8].

Примером «отправляющих» рынков могут служить такие страны, как Германия, Великобритания, Франция, Канада, США, Япония. И наоборот, в результате сложившихся благоприятных условий какая-либо страна может предложить такой значительный объём туристических услуг, который способен удовлетворить спрос не только собственных граждан, но и зарубежных гостей. В таком случае речь идёт о рынке с преобладающим предложением -рецептивном (от англ. receptive), или «принимающем» рынке. Основными принимающими рынками можно считать Испанию, Австрию, Италию, Грецию, Мексику [2, с.3].

По данным Всемирной Туристической Организации (ЮНВТО), несмотря на проблемы глобальной экономики, в последние годы наблюдается тенденция к увеличению количества туристов в мире. Испания играет важную геополитическую роль, в частности, является членом многих международных организаций: ООН, НАТО, ЕС. Она является индустриально – аграрной страной, которая входит в число первых 10 стран мира по объёму производства промышленной продукции. Туризм является одной из важных составляющих экономики Испании.

Согласно данным, представленным в последнем выпуске Барометра международного туризма ЮНВТО, в 2015 году число международных туристских прибытий увеличилось на 4,4% и составило в общей сложности 1 184 млн. туристов. Это означает, что по сравнению с 2014 годом в прошлом году примерно на 50 млн. больше туристов (ночующих путешественников) совершили путешествия по международным турнаправлениям во всем мире.

В 2015 году, уже шестой год подряд, начиная с посткризисного 2010 г., темпы роста международных прибытий превышали средний уровень, и каждый год этот показатель рос на 4% и более. В 2015 г. международный туризм достиг новых высот. Эффективная деятельность сектора способствовала развитию экономики и созданию рабочих мест во многих частях мира. Поэтому крайне важно, чтобы страны поощряли политику, содействующую неуклонному росту туризма, которая включала бы облегчение путешествий, развитие людских ресурсов и устойчивость. В целом спрос на рынке был высоким, хотя результаты турнаправлений выглядели неоднозначно вследствие необычайно резких колебаний валютных курсов, падения цен на нефть и другие сырьевые товары, а также роста обеспокоенности по поводу безопасности и защиты людей. В связи

с чем возросли располагаемые доходы в странах – импортерах, но сократился спрос в странах – экспортерах.

Темпы роста туризма в странах с развитой экономикой составили 5%, превысив темпы роста в странах с формирующейся рыночной экономикой (+4%) благодаря высоким показателям стран Европы (+5%) [3].

В разбивке по регионам в 2015 году темпы роста в Европе, Американском и Азиатско-Тихоокеанском регионах составили около 5%. Число прибытий на Ближний Восток возросло на 3%, в то время как в Африке этот показатель, по оценкам, сократился на 3%, главным образом вследствие слабых результатов Северной Африки, на которую приходится более одной трети прибытий в регионе. Результаты опроса по Индексу доверия ЮНВТО на 2016 год остаются в основном позитивными, но характеризуются чуть более низким уровнем, чем в два предыдущих года. Исходя из нынешней тенденции и представленных здесь данных, ЮНВТО прогнозирует, что рост числа туристских прибытий в 2016 году во всем мире составит 4%.

Среди регионов, как ожидается, более высокие темпы роста будут демонстрировать Азиатско-Тихоокеанский регион (+4% – +5%) и Американский регион (+4% – +5%), за которыми будет следовать Европа (+3,5% – +4,5%). Прогнозы по Африке – (+2% – +5%) и Ближнему Востоку – (+2% – +5%) также позитивные, хотя и с большей долей неопределенности и волатильности [3].

Результаты за 2015 год с разбивкой по регионам: Европа (+5%) была лидером по темпам роста в абсолютном и относительном выражении, чему способствовало ослабление позиций евро по отношению к доллару США и другим основным валютам. Число прибытий в Европу достигло 609 млн., что на 29 млн. больше, чем в 2014 году. Общее количество прибытий туристов в 2015 год в Испанию – более 65,6 млн. чел., это показывает, что более 11,2% туристов Европы принимает Испания. Центральная и Восточная Европа (+6%) после сокращения числа прибытий в прошлом году восстановила свои позиции. В Северной Европе (+6%), Южной Средиземноморской Европе (+5%) и Западной Европе (+4%) также были зарегистрированы хорошие результаты, особенно учитывая, что многие из них являются давно сформировавшимися турнаправлениями [5].

Исследование особенностей туристической деятельности в Испании является актуальным. Страна долгое время входит в мировую пятерку стран по показателям количества прибывших туристов и полученного дохода от туристической деятельности. Целью статьи является выявление основных тенденций развития туризма в Испании, поскольку ее опыт может стать полезным для Республики Таджикистан.

В современных условиях туристическая отрасль – одна из немногих, которая активно развивается в мире. Благодаря туризму население имеет возможность познакомиться с историей, культурой, обычаями, религиозными и духовными ценностями выбранной страны. Развитие туризма является одним из инструментов повышения уровня жизни населения, развития транспорта, инфраструктуры, который стимулирует вложения инвестиций в инфраструктуру (аэропорты, морские порты, дороги и т.п.). Для экономики страны – это пополнение государственного бюджета, создание дополнительных рабочих мест, рост престижа страны, развитие инфраструктуры. В то же время туризм оказывает негативное влияние на окружающую среду, поскольку это дополнительные отходы, мусор,

загрязнение воздуха, шум и другие факторы, которые влияют на здоровье местного населения.

По последним данным ЮНВТО, Франция, Соединенные Штаты Америки, Великобритания и Испания являются странами - лидерами в мире по количеству прибывающих туристов, и Испания в этом рейтинге занимает третье место (табл. 1).

**Таблица №1.** Главные международные туристские прибытия по странам назначения в 1995 – 2015 гг., млн. человек

№	Страна	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015 в % к 2000 гг.
1.	США	43,5	51,2	49,2	60,0	62,8	66,6	69,9	75,1	76,3	1,5
2.	Испания	34,9	41,9	49,2	52,6	56,1	57,4	60,6	64,9	65,5	1,6
3.	Франция	60,0	77,2	75,0	76,6	80,4	81,9	83,6	83,7	84,4	1,9
4.	Великобритания	21,7	23,2	28,0	29,8	30,7	31,8	32,6	34,3	35,5	1,5
5.	Италия	28,7	27,5	35,4	43,6	46,1	46,3	47,7	48,5	49,3	1,8
6.	Германия	18,0	18,7	29,2	23,8	25,3	27,0	28,1	29,4	30,1	1,6
7.	Австрия	12,9	9,8	16,1	16,1	16,9	17,7	18,1	18,5	19,2	1,9
8.	Швейцария	8,3	6,6	10,0	8,6	5,5	8,5	8,9	9,1	9,8	1,5
9.	Китай	8,7	16,2	29,3	45,8	50,0	51,7	56,9	59,4	64,7	4,0
10.	Турция	21,6	24,8	28,1	31,3	34,6	35,6	37,7	39,8	42,4	1,7

**Источник:** 1. Барометр международного туризма ЮНВТО. Январь 2016 – статистическое приложение. ISSN1728-9246 // Стр.9-11. Интернет-ресурс: [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org) 2. Ежегодник статистики туризма, данные 2010-2014гг., 2016 г. издания. Мадрид, Испания. - С. 160 , 276,301,394,678,748,858,869 .

Наибольший доход в 1995-2015 г. от туризма получили следующие страны (табл. 2), в том числе Испания получила в 2015 году более 65 млрд. долларов США.

**Таблица № 2.** Получение доходов от туризма за весь год (млрд. долл. США).

№	Страна	1995	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2015 в % к 2000 гг. раза
1.	США	78,8	100,2	101,5	137,0	161,6	172,9	177,2	274,2	2,7
2.	Испания	25,5	30,9	49,7	54,6	58,2	62,6	64,2	65,3	2,1
3.	Франция	27,4	33,0	44,0	47,0	53,7	56,7	55,4	55,8	1,7
4.	Великобритания	20,5	21,9	30,7	32,4	36,6	41,0	44,9	45,8	2,1
5.	Италия	28,7	27,5	35,4	38,8	41,2	43,9	44,5	45,6	1,6
6.	Германия	18,0	18,7	29,2	34,7	38,1	41,3	43,3	45,1	2,4
7.	Австрия	12,9	9,8	16,1	18,6	18,2	20,2	20,6	21,4	2,2
8.	Швейцария	8,3	6,6	10,0	14,7	16,1	16,9	17,4	18,1	2,7
9.	Китай	8,7	16,2	29,3	45,8	50,0	51,7	56,9	58,1	3,6
10.	Турция	19,5	22,4	29,3	30,8	35,9	39,7	43,8	45,1	2,0

**Источник:** Барометр международного туризма ЮНВТО. Январь 2016 – статистическое приложение. ISSN 1728-9246 // С.12-15. Интернет-ресурс: [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

Как видно из приведенных данных, длительное время не исчезает заинтересованность туристов в Средиземноморских странах, в частности в отдыхе в Испании.

Туристический рынок Испании сформировался преимущественно благодаря внешнему спросу, который ориентирован на прием иностранных туристов. Туристы выбирают Испанию как известный туристический центр, поскольку здесь имеются комфортные отели, безупречный сервис, гостеприимство и забота – главные факторы, которые преобладают при выборе страны отдыха.

**Таблица №3.** Количество поездок в Испанию туристов из стран ЕС по направлениям в 2011-2015 гг.

Цель поездок	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Всего</b>	<b>112755629</b>	<b>146623990</b>	<b>140815880</b>	<b>137313884</b>	<b>132350735</b>
В личных потребностях	109579500	125021200	120900783	124268339	121547454
В деловых делах	3176129	21602790	19915097	13045545	10803281
Для отдыха	-	-	-	72081841	68719256
Посещение друзей, родственников	-	-	-	43310626	44628896
Другое (паломничество, лечение)	-	-	-	8875873	8199301

**Источник:** по данным Евростата. Интернет-ресурс: <http://ec.europa.eu/eurostat/tourism>

А относительно низкие цены в большей степени являются определяющими. Испания предлагает туристам различные виды туров: от пляжно-курортного, экскурсионного, развлекательного, горнолыжного, культурно-развлекательного до религиозного. Испания имеет хорошо развитую современную гостиничную базу.

Испания, как и любая страна, имеет уникальную культуру, свои традиции, а природно-климатические условия способствуют ее посещению круглый год. В табл. 3 приведены данные о количестве поездок в Испанию туристами из стран ЕС, которую посещают её со следующими целями: личными, деловыми, ради отдыха и развлечений, посещения друзей и родственников, а также с целью лечения и паломничества. Анализ статистических данных показывает, что в 2015 г. уменьшилось по сравнению с 2014 г. общее количество поездок в Испанию туристов из стран ЕС по всем направлениям. На фоне международной статистики роста общего количества туристов, посетивших Испанию, можно говорить, что растет интерес у туристов к Испании из стран, не входящих в ЕС [1, с. 748].

В 2015 г. 39% туристов посетили Испанию в личных нуждах, 30% - для отдыха и развлечений, 21% - для посещения друзей и родственников, около 5% - для ведения бизнеса, около 5% - с целью лечения и паломничества. Учитывая указанные данные, можно говорить о необходимости стимулирования и популяризации Испании как страны, которая может оказывать не только курортно-пляжные услуги, но и способствовать

культурному развитию туристов. Испании благодаря географическому положению присущи три основных типа климата: континентальный, океанический и средиземноморский. Климат Испании характеризуется большим количеством солнечных дней в течение всего года, что привлекает туристов из Северной Европы.

Важный фактор, способствующий посещению туристами Испании, - это развитая транспортная инфраструктура, в частности в стране есть 152 аэропорта, на которых работает одна государственная авиакомпания - «Иберия», а также ряд частных авиакомпаний, осуществляющих рейсы в Латинскую Америку, США, Канаду, Турцию, Россию, Японию, Северную Африку и страны Европы. Наиболее крупные аэропорты находятся в Мадриде, Барселоне, Балахасе, Эль-Прате, Лас-Пальмасе, на о. Гран-Канария, в Малаге, Севилье и на о. Генерифе.

В Испании также функционируют морские порты. В связи с тем, что у Испании длинная береговая линия, у неё хорошо развит водный транспорт. Морской флот Испании состоит более чем из 1800 судов. Около 80% импорта и 70% экспорта Испании проходит через ее порты. Испанские порты также имеют большое значение для испанского туризма. Крупнейшими портами Испании являются: Картахена, Барселона, Бильбао, Санта-Крус-де-Генерифе, Таррагона, Валенсия, Ла-Корунья, Малага, Хихон, Пальма-де-Майорка и Лас-Пальмас. Развитый автомобильный и скоростной железнодорожный транспорт также способствует увеличению притока туристов в Испанию [7, с.34].

Туристов из Англии и Германии Испания привлекает прежде всего климатическим фактором и удобным транспортным сообщением (авиа и автомобильный тоннель через пролив являются удобным сообщением с Англией). Англичане предпочитают Коста-дель-Соль, а также Канарские острова.

Курортно-пляжный туризм, который фактически отсутствует в Германии, привлекает ее жителей в Испанию. Немцы отдают предпочтение Канарским островам и побережью Каталонии и Андалусии. Испанский туризм привлекает жителей Португалии дешевизной, близостью расположения и единством исторических и культурных корней. Французские туристы предпочитают Испанию в первую очередь из-за близости и родства языков, сходства кухни. Туристов из Италии Испания привлекает близостью культурно-исторического развития.

Испания характеризуется относительно низкой ценой туристических услуг. Как видно из табл. 4, в 2015 г. туристы всех стран, посещая Испанию, тратили 21% от общих расходов на транспорт, 23% - на проживание, 18% – на питание.

**Таблица 4. Расходы туристов в Испании, %**

<b>Статьи расходов</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Всего</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Расходы на транспорт	21	23
Расходы на рестораны	16	17
Расходы на проживание	18	20
Расходы на товары	6	5
Другие расходы	39	35

**Источник:** Барометр международного туризма ЮНВТО. Январь 2016-статистическое приложение. ISSN 1728-9246 // С.12-15. Интернет-ресурс: [www.e-unwto.org](http://www.e-unwto.org)

Итак, географическая близость, климат, относительно низкие цены туристического продукта являются определяющими при выборе Испании как страны для международного туризма у ее близких соседей.

У туристов из США, Японии, Канады, для которых Испания является территориально отдаленной страной, она вызывает интерес как страна с богатым культурно-историческим наследием, в частности периода Ренессанса.

Но именно курортный отдых приносит Испании наибольший доход среди других видов туризма. В первую очередь курортный отдых развит в таких районах, как Барселона, Бланес, Камбрильс, Коста-Брава, Коста-дель-Гарраф, Коста-дель-Маресме, Коста-Дорада, Плайя-де-Арро, Сиджес, Таррагона, Льорет-де-Мар и Тосса-де-Мар в Каталонии, Бенальмадена, Кадис, Коста-де-ла-Лус, Коста-дель-Сол, Малага, Тарифа, Торремолинос, Фуэнхирола в Андалусия Салоу и Барселона, побережье Коста-де-Валенсия и Коста-Бланка, Бенидорм, Коста-Калида, Лагуна Мар-Менор, Коста-де-Альмерия, Коста-Тропикаль, Коста-дель-Соль, Коста-де-ла-Лус, Балеарские острова (Мальорка, Менорка, Ибис). Канарские острова являются круглогодичным курортом из-за комфортного тропического климата [7, с.35].

На севере Испании известны горнолыжные курорты в Пиренеях, Центральных Кордильерах, Иберийских горах, а также на юге Сьерра-Невады. Испания привлекает туристов также в связи с желанием познакомиться с богатым историческим наследием, популярными городами являются Мадрид и Барселона. В 2015 г. Барселону посетили более 9 млн. туристов.

Испания славится кинофестивалями, музыкальными фестивалями, ярмарками, международными выставками и присущей только Испании корридой.

Туризм требует от государства вложения дополнительных средств для благоустройства городов, украшение парков, скверов. Поскольку Испания – это не только море, солнце и песок, то нужно для увеличения количества туристов разрабатывать и популяризировать ряд новых туристических проектов, целью которых будет продвижение национального продукта на международный туристический рынок. В этом контексте, внедрение и развитие различных программ на национальном уровне по стимулированию, восстановлению и сохранению природы способствовало бы развитию туризма. По состоянию на 2010 г. 41 естественный и культурно – исторический памятник, находящийся на территории Испании, включен в список объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО, 16 из которых признаны шедеврами и 4-природными феноменами исключительной красоты и эстетической важности [7, с.32].

Туристов со всего мира захватывают природные объекты (вершина Монте-Пердидо), Национальный парк Ордеса в Пиренеях, Национальный парк архипелага Кабрера, Гарраонай, Доньяна, Монсеррат, Торкаль-де-Антекера, Ордеса-и-Монте-Пердидо, Тейде, озеро Санабрия, лагуны Руидера. Изюминкой Испании является вулканический ландшафт и необычная природа Канарских островов, особенно острова Тенерифе, на котором находится вулкан Тейде - самая высокая точка Испании. В последнее время получает распространение также и «зеленый туризм» в Испании (отдых в сельской местности). Это одно из перспективных направлений для дальнейшей популяризации туризма в Испании [6].

Испания выступает также центром предоставления образовательных услуг, благодаря которым дополнительно привлекаются средства в туристическую сферу. Развитию

туристической сферы в Испании способствует то, что испанский язык является вторым по распространенности языком на планете по количеству людей, которые разговаривают на нем как на родном. На нем говорят более 500 млн. населения планеты. Испанский язык является официальным языком в двадцать одной стране, также является одним из шести официальных языков ООН, наряду с английским, арабским, китайским, французским, русским. Ежегодно количество людей, говорящих на испанском, увеличивается. Увеличивается и количество людей, которые владеют им как вторым. Поэтому у туристов, владеющих испанским языком, не возникает трудностей в общении, что является дополнительным фактором в выборе Испании как страны для осуществления путешествий.

Туризм способствует поддержанию мира и взаимопонимания между странами. Страны получают доходы не только от туризма, но и за счет осуществления международных перевозок. А это значительная часть дополнительно привлеченных средств в бюджет государства. Сейчас Испания занимает второе место в рейтинге мировых туристических государств по объему получения доходов от туризма и третье - по количеству посещений. Несмотря на экономические сложности, целенаправленная политика правительства позволяет Испании быть лидером в туристической сфере, получая значительные доходы в государственный бюджет и рабочие места для местного населения. Поэтому одной из задач правительства является разработка национальной стратегии поддержки туристической отрасли.

Результаты внедрения испанской системы качества в туризме говорят сами за себя. В настоящий момент Испания является мировым лидером в сфере туризма. Испания – первая страна в мире по количеству отдыхающих на пляжных курортах, вторая страна в мире по расходам туристов и четвертая – по количеству самих туристов.

На индустрию туризма приходится более 10% ВВП страны, 11% трудоспособного населения занято также в сфере туризма. Все это является важным активом для получения доходов населением и обеспечения занятости в стране даже в период кризиса. По данным Министерства индустрии, энергетики и туризма Испании, средняя занятость в сфере туризма по стране составляет 11,6% от числа работающих жителей, общее количество прибытий туристов в 2015 году - более 65,6 млн. чел., это доказывает, что более 11,2% туристов из Европы принимает Испания. Туристический сектор составляет 11% от общего ВВП и покрывает 165% торгового дефицита Испании, и в нем занято 12% от общего количества работающих испанцев. Позитивная тенденция занятости в сфере туризма продолжается, и в 2016 году, по данным Министерства промышленности, зафиксированы 5,9% годового роста. При этом из шести автономий, для которых туризм является одной из ведущих составляющих экономики, в трех наблюдается увеличение занятости: на Балеарских островах (6,2%), в Мадриде (0,9%) и на Канарских островах (0,7%). В трех других количество рабочих мест уменьшилось: в Каталонии – на 6,3%, в Валенсии – на 3,1% и в Андалусии – на 3,5%. Для двух островных автономных сообществ туризм - вообще ключевая сфера экономической жизни, на Канарах в ней заняты 29,2% работающего населения, а на Балеарском архипелаге – 21,6% [5, с.748].

Испанский опыт интересен для Республики Таджикистан, в первую очередь потому что, климат Испании и климат Таджикистана благоприятны для туризма, во-вторых, инициатором внедрения и развития единой системы качества туристических услуг является профессиональное сообщество при активной поддержке государства. Конечно,



прежде чем развивать систему качества, необходимо в первую очередь развить сам туризм, но если данные процессы будут идти параллельно, то опыт Испании будет интересен и перспективен не только для Таджикистана. Если приложить усилия по развитию туристической системы качества, Таджикистан может стать более привлекательным для туристов, в том числе и из азиатских регионов. В настоящее время правительством Испании разработан очередной план дальнейшего развития сферы туризма в Испании – Национальный план комплексного развития отраслей туризма Испании, выполнение которого может дополнительно привлечь средства за счет расширения туристических поездок к природным объектам, которые включены в списки ЮНЕСКО; предоставить образовательные услуги, рекламируя Испанию как страну с богатым историческим наследием.

Опыт Испании может быть полезным для Республики Таджикистан, особенно во всех регионах. Так как, ГБАО, Согдийская и Хатлонская область является туристическими зонами страны.

**Список использованной литературы:**

1. *Ежегодник статистики туризма, данные 2010-2014 гг, 2016 г. издания. - Мадрид, Испания. - С. 160, 276, 301, 394, 678, 748, 858, 869.*
2. *Интернет-ресурс: <http://cyberleninka.ru> // Клюева И. П. Классификация туристских рынков. // Томь. № 6.2006. -С.3.*
3. *Интернет-ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 18.03.2016).*
4. *Национальное и региональное планирование туризма. Издание Всемирной Туристской Организации. -Мадрид, Испания, 1994. -С. 8.*
5. *Туризм к 2030. Global Обзор. Всемирная Туристская Организация (ЮНВТО). - Мадрид, Испания . ISBN - 13 : 978-92-844-1399-7 октября 2011 г.- с.32-34-35.*
6. *Электронная библиотека: Интернет-ресурс: [www.media.unwto.org/](http://www.media.unwto.org/) // Программа коммуникаций и публикаций ЮНВТО.//Место нахождения: Мадрид. PR No.: PR 16008.18 января 2016 г.*
7. *ЮНВТО. Слово туризма. Барометр и Статистическое приложение.- Мадрид, Испания ISSN 1728-9246 . -14 (2) марта 2016 г. - С.3.*

**Reference literature:**

1. *Yearbook of Tourism Statistics, data for 2010-2014, Edition of 2016. Madrid, Spain. -pp. 160, 276, 301, 394, 678, 748, 858, 869.*
2. *Online resource: <http://cyberleninka.ru> // Klyuyeva I.P. Classification of tourist markets. V 6, 2006. -p.3.*
3. *Online resource: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (date of addressing: 18.03.2016)*
4. *National and Regional Tourism Planning. Methodologies. Edition of World Tourism Organization Publication. Madrid, Spain 1994 // Pp.8.*
5. *Tourism Towards 2030. Global Overview. World Tourism Organization (UNWTO) Madrid, Spain. ISBN-13:978-92-844-1399-7. October 2011. -pp.32-34-35.*
6. *E-library-Online resource: [www.media.unwto.org/](http://www.media.unwto.org/) // UNWTO Media Officer Rut Gomez Sobrino. // Location: Madrid PR No.: PR 16008 18 Jan 16.*
7. *UNWTO World Tourism. Barometer and Statistical Annex. Madrid, Spain ISSN 1728-9246. 14(2) March 2016/ -p. 3.*