

Оглавление

Введение	2
Глава 1. Теоретические основы исследования туристической отрасли Испании	5
1.1. Базовые факторы привлекательности Испании как туристического региона.....	5
1.2. Влияние туристической отрасли на экономику Испании	14
Глава 2. Анализ структуры туристических потоков Испании	19
2.1. Анализ структуры и динамики развития внутреннего туризма Испании	19
2.2. Анализ структуры и динамики развития внутреннего туризма Испании	25
Глава 3. Влияние экономического кризиса на развитие туристического сектора Испании	31
3.1. Предпосылки развития кризиса в Испании	31
3.2. Меры правительства Испании по поддержке туристической отрасли	39
Заключение	50
Список литературы	53

Введение

Актуальность исследования. Туристическая отрасль играет важную роль в решении социально-экономических проблем, обеспечивая создание новых рабочих мест, рост занятости населения и повышение благосостояния в стране. По причине мультипликативного эффекта туризм становится все более значимой отраслью экономики, оказывающей воздействие на другие отрасли, в том числе на транспорт, строительство, сельское хозяйство, торговлю, пищевую промышленность и связь.

Испания является одним из мировых туристических центров. Даже несмотря на кризис в странах Европейского Союза Испания стабильно входит в список стран, лидирующих по показателям количества полученных доходов от туризма и числа прибывших туристов. При этом Средиземноморские регионы являются основными туристическими регионами Испании. Государственные меры, направленные на повышение качества туристических услуг, развитие инновационных городов и совершенствование инфраструктуры, позволили данным регионам привлекать значительные потоки, как въездного туризма, так и выездного. Необходимость исследования опыта Испании в развитии туристической отрасли на примере Средиземноморских регионов в условиях экономического кризиса определяет актуальность данного исследования.

Целью исследования является выявление роли туристического сектора в развитии Средиземноморского региона Испании на современном этапе.

Поставленная цель достигается посредством решения следующих **задач**:

- Выявить туристско-рекреационный потенциал и особенности развития туризма в Испании;
- Дать характеристику потоков въездного и внутреннего туризма;
- Выделить и изучить Средиземноморский регион Испании как центр туристско - рекреационной деятельности страны;

- Выявить состояние развития туризма в условиях кризиса и выхода из него;
- Рассмотреть меры правительства Испании по поддержке и укреплению туристического сектора Испании;
- Исследовать перспективы дальнейшего развития туризма на данной территории.

Объект исследования - рекреационно-туристический комплекс Средиземноморского региона Испании.

Предметом исследования являются основные факторы, обуславливающие развитие рекреационно-туристического комплекса Среднезеинноморского региона Испании.

Теоретическая основа исследования. Теоретической основой исследования послужили фундаментальные труды и прикладные исследования отечественных и зарубежных специалистов в области экономической теории, мировой экономики и международного бизнеса. Общие проблемы развития экономики Испании исследовали следующие российские ученые: Авилова А.В., Буторина О.В., Верников В.Л., Давыдов В.М., Прохоренко И.Л., Понеделко Г.Н., Сидоренко Т.В., Тайар В.М., Хенкин С.М., Яковлев П.П. и др., а также зарубежные ученые: Гарсиа А., Миро Р., Морено Л., Родес М., Ройо С., Числетт В. и др.

Вопросы значимости туризма в национальной экономике рассмотрены в работах Машоркиной Н.А., Здорова А.Б., Балабанова И.Т. и других исследователей.

Ряд теоретических и практических вопросов, входящих в область диссертационного исследования, был изучен в работах ученых Института Европы РАН, Института мировой экономики и международных отношений РАН, Института Латинской Америки РАН, Института экономики РАН, экономических факультетов российских вузов, в работах испанских экспертов, а также в аналитических публикациях Еврокомиссии (КЕС), ЕЦБ, Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), МВФ, Всемирного

экономического форума и др.

Методологическая основа исследования. Для достижения поставленной цели и решения задач в диссертационной работе были использованы общенаучные и географические методы исследования: системно-структурный, сравнительный, а также методы статистического анализа. Их применение позволило обеспечить обоснованность и достоверность выводов и предложений.

Структура исследования. Работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка литературы.

Глава 1. Теоретические основы исследования туристической отрасли Испании

1.1. Базовые факторы привлекательности Испании как туристического региона

На современном этапе развития мировой экономики туристическая отрасль является одной из наиболее активно развивающихся отраслей. Развитие этой отрасли оказывает мультипликационное воздействие на экономику и выступает одним из важных инструментов, способствующих повышению уровня жизни населения страны и формированию развитой инфраструктуры. Кроме того, компании туристической отрасли пополняют государственный бюджет за счет уплаты налогов и создают дополнительные рабочие места в экономике страны. Испания является одним из мировых туристических центров. Эта страна стабильно входит в список стран, лидирующих по показателям количества полученных доходов от туризма и числа прибывших туристов.

Согласно данным ЮНВТО, туристическая отрасль Испании является третьей экономикой в мире по количеству прибывающих туристов (табл. 1). Европа продолжает оставаться главным туристским макрорегионом в мире. Во многом это определяется тем, что, с одной стороны, здесь находятся разнообразные природные ресурсы и культурно-исторические объекты, а с другой стороны, существует развитая инфраструктура и высокие социально-экономические показатели (урбанизированность, высокий уровень жизни и т.д.). Кроме этого, важным является и фактор географического положения. Испания находится вблизи со многими европейскими государствами, что также привлекает туристов из этих стран.

№	Страна	199	200	200	201	201	201	201	201	201
		5	0	5	0	1	2	3	4	5
1	Франция	60	77,2	75	76,6	80,4	81,9	83,6	83,7	84,4

2	США	43,5	51,2	49,2	60	62,8	66,6	69,9	75,1	76,3
3	Испания	34,9	41,9	49,2	52,6	56,1	57,4	60,6	64,9	65,5
4	Китай	8,7	16,2	29,3	45,8	50	51,7	56,9	59,4	64,7
5	Италия	28,7	27,5	35,4	43,6	46,1	46,3	47,7	48,5	49,3
6	Турция	21,6	24,8	28,1	31,3	34,6	35,6	37,7	39,8	42,4
7	Великобритани я	21,7	23,2	28	29,8	30,7	31,8	32,6	34,3	35,5
8	Германия	18	18,7	29,2	23,8	25,3	27	28,1	29,4	30,1
9	Австрия	12,9	9,8	16,1	16,1	16,9	17,7	18,1	18,5	19,2
10	Швейцария	8,3	6,6	10	8,6	5,5	8,5	8,9	9,1	9,8

Таблица 1. Международные туристские прибытия по странам назначения в 1995-2015 гг., млн. человек. Источник: [2], [3].

За последние 20 лет количество прибывающих туристов в страну уверенно растет, но стоит отметить, что в 2007 - 2008 гг. был замечен небольшой спад, это связано с начавшимся мировым финансовым кризисом но начиная с 2009 года число прибывших туристов за год в Испанию продолжило устойчиво расти и составило 65 млн. человек в 2014-м году (рис. 1).

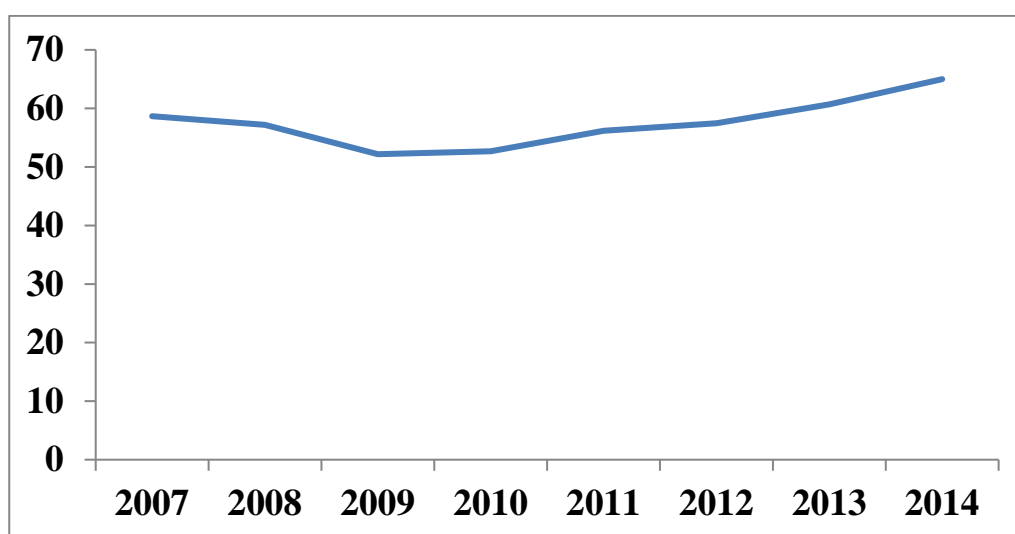


Рисунок 1. Динамика прибытий в Испанию с 2007 по 2014 гг., млн. чел. Источник: [1].

Помимо уверенных и высоких показателей по прибытиям, Испания

является и второй экономикой в мире по объему доходов, полученных от туризма за весь год. За последние 20 лет этот показатель также устойчиво растет и на 2015 год составил 65, 3 млрд. долл. США (табл. 2).

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

Таблица 2. Получение доходов от туризма по странам назначения в 1995-2015 гг., млрд. долл. США. Источник: [2].

Высокую привлекательность Испании как мирового туристического центра можно определить следующими группами факторов:

- природные факторы;
- культурно-исторические факторы;
- социально-экономические факторы.

Рассмотрим каждую группу факторов подробнее, чтобы выявить конкурентные преимущества экономики Испании на мировом рынке туристических услуг.

Природные факторы. Испания – это одна из наиболее теплых стран в Западной Европе. Показатель среднего количества солнечных дней в году составляет 260-285 дней. Большинство территории Испании находится в области субтропического средиземноморского климата, которому свойственно жаркое

засушливое лето и мягкая дождливая зима.

Анализ климатических характеристик территории показывает, что страна обладает высоким потенциалом по развитию туризма и рекреации по наиболее важным климатическим характеристикам: средней температуре, числу солнечных дней и количеству осадков. На протяжении всего года в различных районах Испании можно заниматься практически любым видом туризма: купально-пляжным, культурно-познавательным, экологическим, горнолыжным и др. Таким образом, отрасль туризма в Испании достаточно диверсифицирована, что обеспечивает устойчивость поступлений в бюджет со стороны компаний из этой отрасли.

Культурно-исторические факторы. Важным конкурентным преимуществом Испании на мировом рынке туристических услуг является культурное наследие страны. Так, список объектов Всемирного наследия Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) содержит 45 объекта в Испании (на 2016 год), что составляет 4,3% от общего количества объектов (1052 в 2016 году).

Список испанских объектов культурно-исторического наследия ЮНЕСКО содержит:

- 37 культурных объектов;
- 3 природных объекта;
- 2 объекта смешанного типа.

Стоит отметить, что 17 объектов были признаны шедеврами человеческого гения. В числе кандидатов на включения в список Всемирного наследия ЮНЕСКО также значатся 32 объекта на территории Испании в 2016 году.

В список всемирного наследия входят такие объекты как: Бургосский собор, королевский дворец в Аранхуэсе, Бискайский мост, монастырь в Эскориале и многие другие.

Также важным фактором, обуславливающим популярность туристической отрасли Испании, является распространенность испанского языка в разных странах. Так, испанский язык - второй по количеству людей, разговаривающих

на этом языке свободно. На нем разговаривают более 420 миллионов человек населения (2015г) [6]. Испанский язык является официальным языком ООН, наряду с английским, французским, арабским, китайским и русским. Также, испанский язык выступает официальным языком для 21 страны мира. Из этого следует вывод, что значительная часть туристов в Испании не испытывает трудности в общении на территории страны. Это является важным конкурентным преимуществом Испании по отношению к другим мировым туристическим центрам.

Социально-экономические факторы. Испания - страна с развитой рыночной экономикой. Она входит в Европейский союз и еврозону.

Согласно классификации Всемирного Банка, Испания относится к странам с высоким уровнем дохода: более 12 616 долл. США. В 2016-м году этот показатель по оценкам МВФ составил 24 194 долл. США. На рисунке 2 отражена динамика изменения показателя ВВП на душу населения в Испании. С 2013-го года наблюдается устойчивое повышение этого показателя, за 4 года он вырос на 9%.

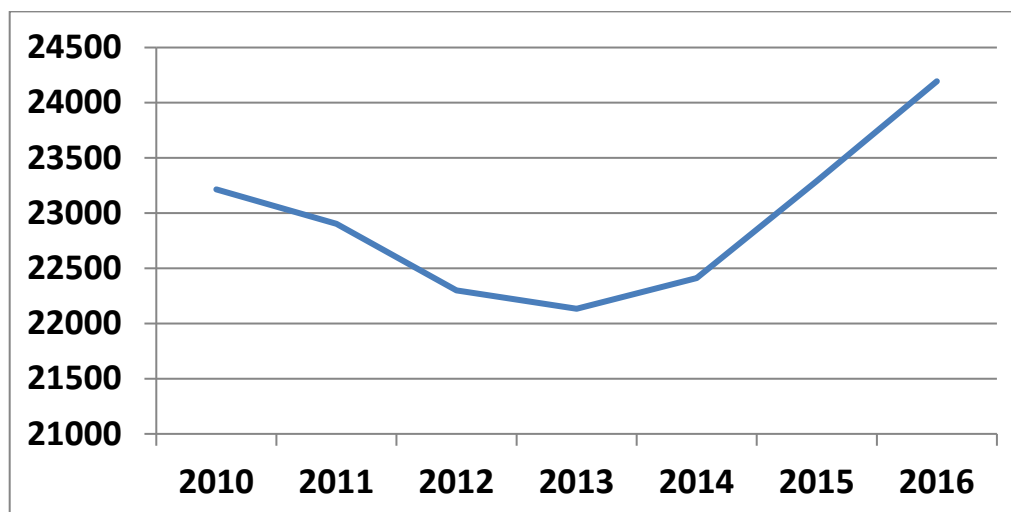


Рисунок 2. Динамика изменения показателя ВВП на душу населения в Испании 2010-2016 гг., долл. США. Источник: [1].

Другой важный для туристической отрасли макроэкономический показатель, темп инфляции, показывает отрицательную динамику в 2011-2015

годах. (рис. 3). Цены в стране держатся на относительно стабильном уровне, а с 2010-го года темп инфляции не превышал 3,5% в год. По оценке МВФ в 2016-м году наблюдалась дефляция в экономике Испании. В условиях единой валюты евро на всей территории еврозоны, в которую входит Испания, фактор низкой инфляции или дефляции также является важным конкурентным преимуществом по отношению к другим странам еврозоны.

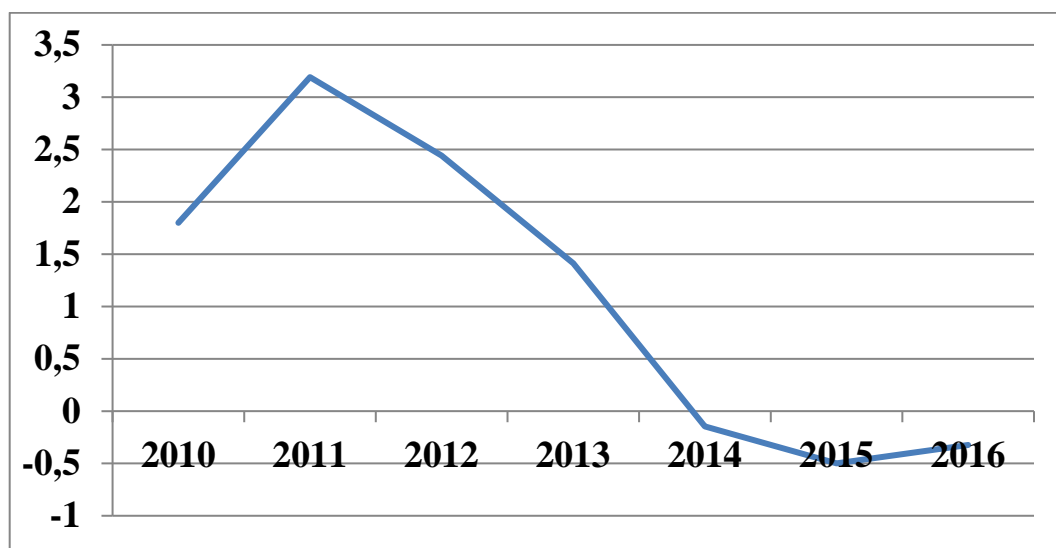


Рисунок 3. Динамика уровня инфляции в период с 2010 по 2016 гг. в %. Источник: [1].

Подводя итог анализу основных факторов, способствующих развитию туристической отрасли в стране, можно сделать вывод, что основные факторы (природные, культурно-исторические и социально-экономические) дают стране полные конкурентные преимущества на мировом рынке туристических услуг. Мягкий климат в южной части страны привлекает туристов, которые ищут пляжный отдых, а наличие большого количества исторических объектов позволяет привлекать туристов, которым интересно изучение культурного наследия страны. Развитость экономики способствует высокому качеству жилья, обслуживания и инфраструктуры и многому другому.

За последние 20 лет правительству Испании удалось развить благоприятную для туризма инфраструктуру, которая на настоящий момент является одной из наиболее развитых в Европе. К основным объектам инфраструктуры относятся: транспорт, отели и гостиницы, предприятия

питания, торговые площадки и др.

По данным Национального Института Туризма в Испании, всего на территории страны насчитывается свыше 11 тысяч предприятий размещения, в том числе 1 872 гостиниц категории от 4-х до 5-ти звезд, пансионатов на 125 000 мест и кемпингов на 1,2 млн. мест. В данном секторе задействованы 144 тыс. служащих.

Согласно индексу конкурентоспособности Глобального Экономического Форума (The Global Competitiveness Report 2016-2017), транспортная инфраструктура является наиболее сильным конкурентным преимуществом в стране. По этому показателю страна занимает 9-е место в мире.

Наиболее популярным средством для прибытия в Испанию является самолет. В 2015-м году 70% туристов, прибывших в страну, осуществили поездку воздушным путем. По автомобильным дорогам прибыло 22% всех туристов, морским путем прибыло 5%, по железной дороге – 3% (рис. 4)

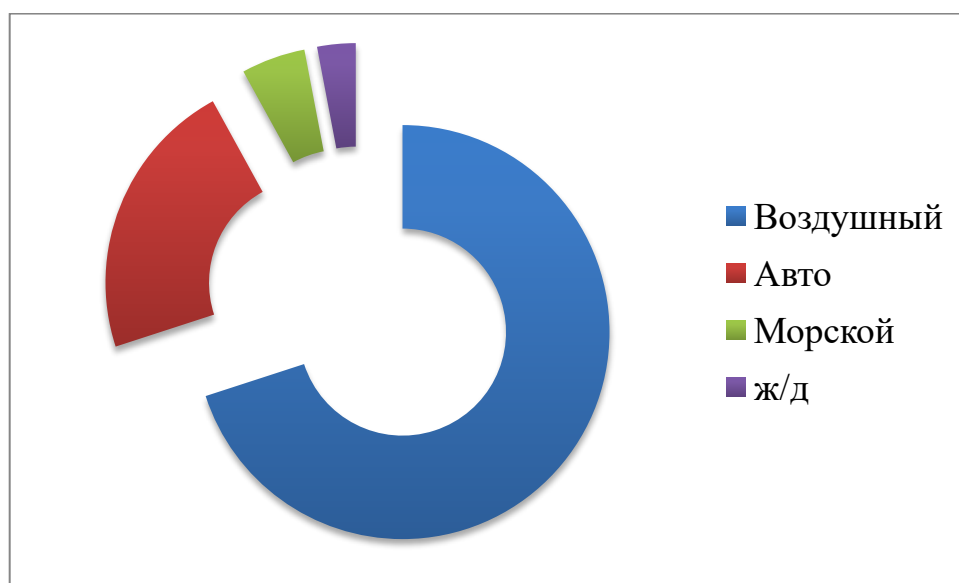


Рисунок 4. Распределение иностранных посетителей Испании по типу въездного туризма в 2015г. Источник: [4].

Аэропорт Мадрида является одним из самых загруженных аэропортов в мире. В 2015-м году его пассажиропоток составил более 51 млн. человек. Вторым по загруженности в Испании является аэропорт Барселоны, который за 2015-й

год обслужил более 30 млн. человек. Аэропорты в Гран-Канария, Малаге, Валенсии, Майорке, Аликанте, Севильи и Бильбао являются менее загруженными.

Внутренняя транспортная система в Испании характеризуется радиальной структурой с большим количеством главных автомобильных дорог и железнодорожных линий, которые сходятся в Мадриде. Эксплуатацией железнодорожных линий Испании занимается государственная компания RENFE. Совокупная протяженность железнодорожной сети составляет 22 тысячи км. При помощи субсидий от Европейского Союза в 1993 году была запущена высокоскоростная пассажирская линия Мадрид – Кордова – Севилья. Также, в 2000-м году был выполнен 13-летний план развития сети железных дорог Испании. Современные поезда Испании развивают скорость до 300 км/ч.

Высокий уровень развития инфраструктуры железных дорог во многом обуславливается крупными объемами инвестирования. Так как современный подвижной состав может эффективно эксплуатироваться только при соответствующих характеристиках инфраструктуры, правительство Испании регулярно осуществляет инвестирование в инфраструктуру железнодорожной сети.

Правительство заложило финансирование из бюджета на такие важные объекты высокоскоростного строительства, как реконструкция линий на северо-востоке и северо-западе (Галисия), новые высокоскоростные магистрали Мадрид – Валенсия и продление высокоскоростной линии до побережья Бискайского залива. Также, помимо строительства высокоскоростной инфраструктуры железнодорожной сети, крупные статьи расходов приходятся на развитие пригородных сообщений, а также на развитие инфраструктуры действующих линий сети.

В настоящее время в Испании насчитывается 1272 км скоростных железных дорог, которые связывают Малагу, Мадрид, Севилью, Барселону и Вальядолид. Правительство Испании запланировало амбициозную программу высокоскоростных поездов, согласно которой в 2020-м году Испания будет

обладать 7000 км. высокоскоростных поездов. Если эта программа будет выполнена, то туристы в Испании смогут добраться из провинции до Мадрида менее чем за 3 часа, а до Барселоны – за 4 часа.

Сеть автомобильных дорог в Испании составляет 332 тыс. км. Более 40% всех автодорог – это дороги с твердым покрытием. Автодорожная сеть Испании централизована, 6 шоссейных дорог соединяют Мадрид со Страной Басков, Валенсией, Каталонией, Андалусией и Галицией. Более того, скоростные шоссе располагаются вдоль атлантического и средиземноморского побережий.

В связи с мировым финансовым кризисом 2008-2009 годов строительство новых инфраструктурных объектов в Испании устойчиво сокращается. Нехватка частных инвестиций и неблагоприятная экономическая обстановка в еврозоне определили почти восьмикратное сокращение объемов строительства объектов недвижимости за период с 2007-го года по 2015-й год (рис. 5).

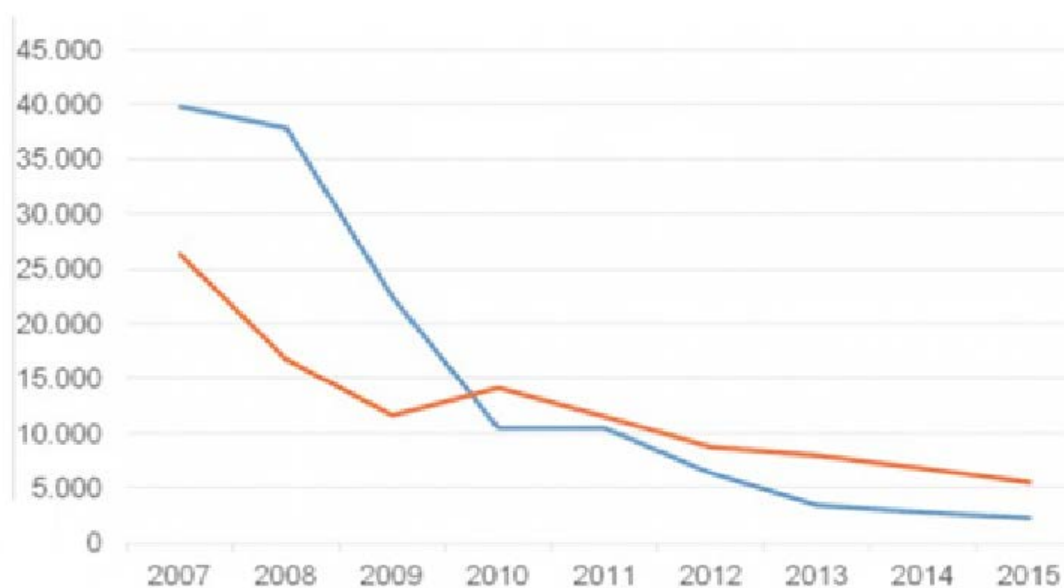


Рисунок 5. Число построенных объектов недвижимости. Число сделок по продаже объектов недвижимостей. Источник: [5].

2010 год стал переломным, число продаж недвижимости превысило число построек. Это во многом связано с тем, что строительство в Испании начало сокращаться с 2008 года, а в эксплуатацию вводятся дома, строительство которых началось ранее.

Важно отметить, что развитая инфраструктура на территории Испании не только является одним из ключевых факторов привлечения туристов со всего мира, но и оказывает мультипликационный эффект на всю экономику страны. В периоды активного строительства инфраструктурных объектов создаются дополнительные рабочие места, повышается спрос на продукты и услуги отраслей, обслуживающих строительство. Но в период мирового кризиса 2008-2009 годов, а также последующий период кризиса стран еврозоны, вложения в инфраструктуру существенно сократились, что также оказало негативный мультипликационный эффект на экономику Испании.

В сфере общественного питания в Испании доминируют крупные компании. На десять крупнейших компаний приходится более 70% всех продаж. Совокупные продажи услуг более чем 10 000 предприятий общественного питания оцениваются в 3 млрд. долл.

Внутренняя торговля в Испании является важной сферой в секторе услуг. Согласно статистике Национального института статистики, индекс розничной торговли за 2015 год вырос на 3,6% по сравнению с 2014-м годом. Количество занятых в сфере розничной торговли составило в 2015-м году 19 млн. человек. Это на 32 тыс. человек больше, чем в 2014 году [3, 25].

Подводя итог, можно сделать вывод, что в Испании сложилась развитая инфраструктура для туристической отрасли. Инфраструктура на территории страны позволяет развивать как въездной, так и внутренний туризм.

1.2. Влияние туристической отрасли на экономику Испании

Туристическая отрасль является стратегической отраслью экономики Испании. Выручка компаний туристического сектора Испании в 2015-м году составила более 65 млрд. долл., налоговые отчисления этих компаний способствуют пополнению государственного бюджета страны [1].

Динамичное развитие туризма способствует развитию и других отраслей экономики: торговли, транспорта, бытового обслуживания, производства

товаров народного потребления, сельского хозяйства, строительства и других.

Экономическая эффективность туризма предполагает, что туризм должен развиваться параллельно с другими отраслями экономики. Следует отметить, что положительное влияние туризма на экономику страны происходит только в том случае, когда туризм развивается всесторонне, то есть не превращает экономику страны в экономику услуг и не наносит ущерб развитию других отраслей.

Въездной туризм является наиболее экономически целесообразным для принимающей страны, поскольку его функционирование способствует привлечению денежных средств. Доходы от туристской деятельности стимулируют развитие региональной экономики. Туристы, приезжая на территорию, предъявляют потребительский спрос на разнообразные товары и услуги.

При увеличении туристских потоков повышается спрос на сувенирную продукцию, изделия местного промысла. Также рост спроса на туризм увеличивает количество капитальных вложений в объекты инфраструктуры и увеличивает объем производства товаров и услуг туристского потребления, что служит признаком активизации экономики страны. Импульс роста, вызванный туризмом, способствует стимулированию и других отраслей. Так появляются новые рабочие места, активизируется инвестиционная деятельность, расширяется торговый оборот, что в последствии увеличивает источники доходов т.е. заработной платы, ренты, прибыли и т.д.. Часть извлеченных доходов, которые также имеет тенденцию роста, поступает в бюджет в виде налогов и других обязательных отчислений.

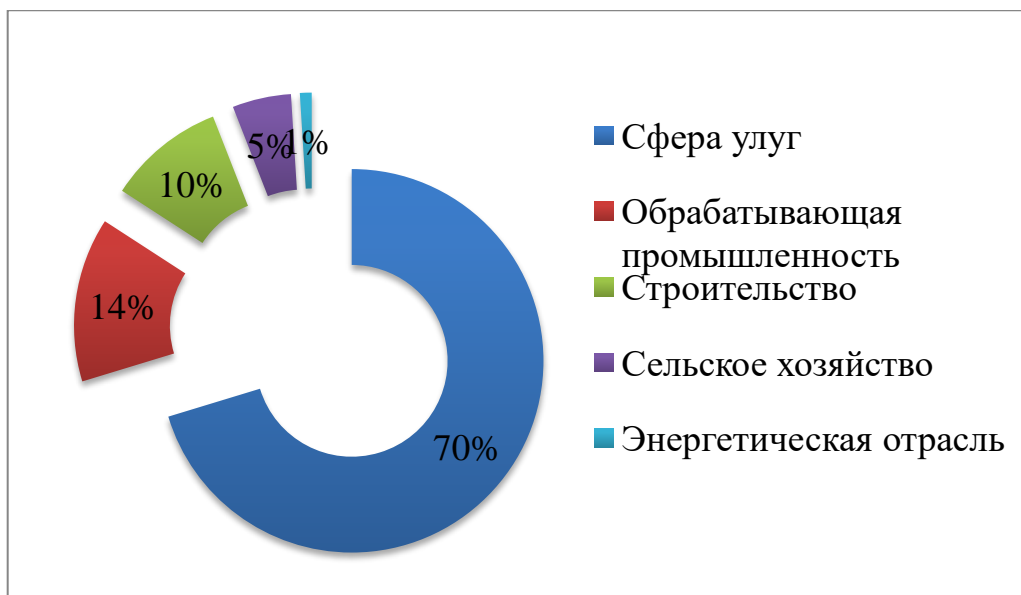


Рисунок 6. Структура ВВП Испании 2015г. Источник: [1].

Экономическое влияние туризма сопровождается и социально-культурным воздействием. Так туризм оказывает активное влияние на развитие социальной сферы, занятость населения, сохранение и развитие культурного потенциала и т.д. Территория страны становится более привлекательной для проживания и ведения туристского бизнеса.

Доля доходов от туризма в совокупном экспорте страны в 2014-м году составила 14,4%. За последние 10 лет существует устойчивая тенденция к снижению доли доходов от туризма в совокупном экспорте Испании. Так, в 1995-м году этот показатель составлял 20,4%. Можно сделать вывод о диверсификации структуры экспорта экономики Испании.



Рисунок 7. Доля доходов от туризма в совокупном экспорте. Источник: [1].

Хотя доля доходов от туризма в совокупном экспорте падает, общее число прибытий непрерывно растет с 2009 года. Во многом это объясняется диверсификацией экономики Испании.

Туристы, которые прибывают на отдых в Испанию, расходуют средства на транспорт, питание, проживание, развлечения, тем самым создавая мультипликативный эффект на всю экономику страны. Так, расходы прибывающих в Испанию туристов на транспорт составили 7,2 млрд.долл. в 2013-м году (рис. 8). Этот показатель устойчиво растет с 2010-го года. Расходы туристов на транспорт оказывают положительное воздействие на развитие транспортной инфраструктуры в стране. Как было отмечено ранее, транспортная сеть в Испании является одной из наиболее развитых в Европе.

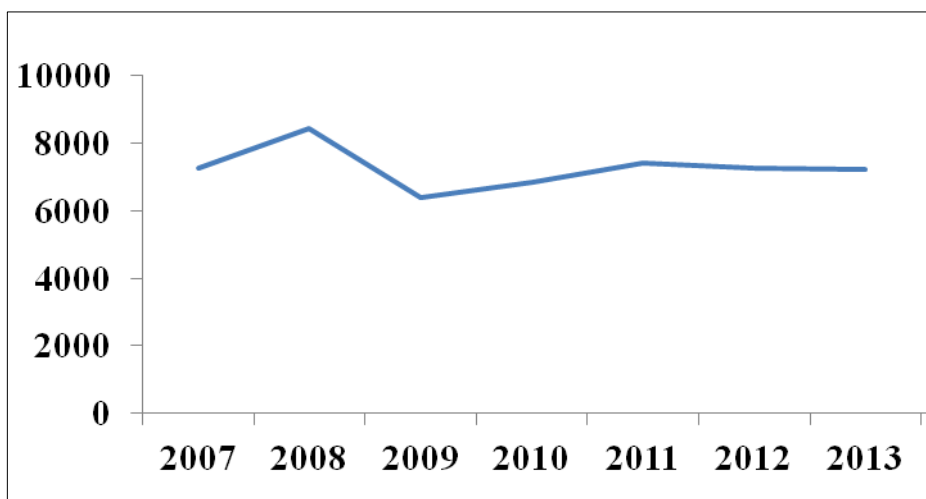


Рисунок 8 . Расходы туристов на транспорт 2007-2014 гг., млн. долл. США. Источник: [1].

Туристическая отрасль выступает одной из ключевых отраслей, которая обеспечивает занятость широких слоев населения Испании. В сфере туризма занято более 2 млн. человек (4,3%), при этом больше всего работников занято в сферах услуг питания (48,7% от совокупной численности занятых в туристической отрасли), услуг размещения (15%), а также пассажирского транспорта (14,1%). В прочих сфера туристической деятельности занято 22% всех занятых в туризме.

Глава 2. Анализ структуры туристических потоков Испании

2.1. Анализ структуры и динамики развития внутреннего туризма Испании

Туристическая отрасль – одна из важнейших отраслей экономики Испании. Лидирующим туристическим направлением Испании является Средиземноморье.

Туризм этого региона наиболее развит в прибрежных районах, которые получают 53% от всех международных туристических визитов. Модель развития региона основана на сезонности, при которой наибольшая экономическая активность наблюдается летом. Из 46 тыс. км. береговой линии 25 тыс. км. урбанизированы и уже превысили критический уровень.

Регионы Испанского средиземноморья играют значительную роль в привлечении иностранных туристов. Каталония, Андалусия, Валенсия и Мурсия, обладают высокой качественной и разнообразной туристской инфраструктурой.

Доля такого региона как Каталония в 2015 г. в общих туристических потоках составляет 26 %. Доля Андалусии - 14%. Доля Валенсии составляет 10%. Доля Мурсии в общих туристических потоках составляет 2,7% (рис. 9).

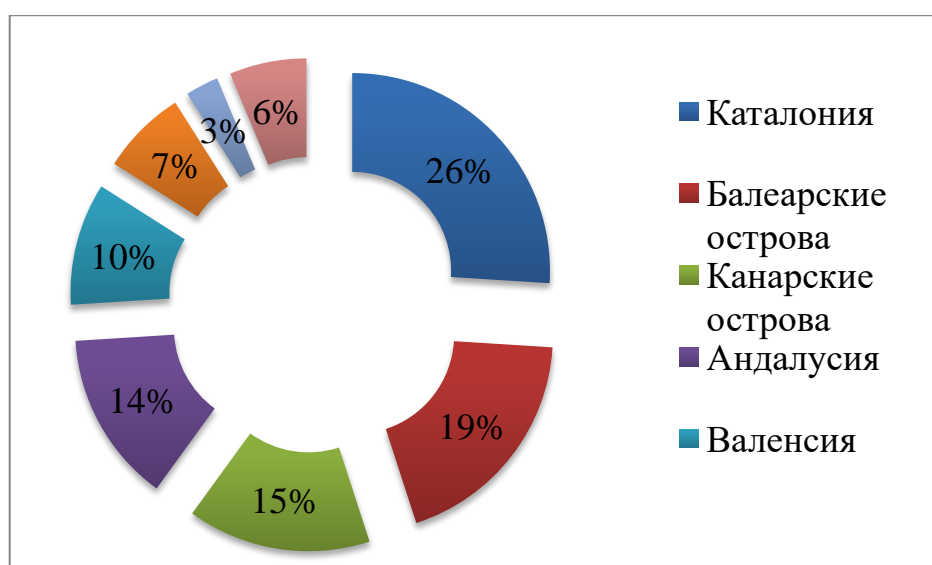


Рисунок 9. Региональная структура Испании по числу прибывших в страну туристов за 2015 год в %. Источник: [9].

Средиземноморский регион является доминирующим в туристической отрасли Испании. На все регионы Средиземноморья Испании приходится почти 53% всех прибывших туристов в Испанию (табл. 3).

	Каталония	Андалусия	Валенсия	Мурсия	Все регионы Средиземноморья Испании
Число прибывших туристов, млн.чел.	13,9	7,4	5,3	2,7	29,3
Доля в совокупном потоке туристов в Испанию, %	26	14	10	2,7	52,7

Таблица 3. Доля регионов средиземноморья в совокупных туристических потоках Испании 2015 год. Источник: [9].

Рассматривая динамику прибытий туристов в Испанию, также и в регионы Средиземноморья, можно сделать вывод, что совокупный годовой темп изменения числа прибывших туристов в регионы средиземноморья Испании больше, чем темпы роста числа туристов в других регионах (табл. 3).

Регионы Средиземноморья Испании являются не только основными направлениями туристических потоков, но и наиболее активно развивающимися в стране. Рост числа туристов оказывает положительное воздействие на общий экономический рост Испании. Именно Средиземноморские регионы Испании оказывают наибольшее влияние на развитие туристической отрасли страны, после столицы страны - Мадрида.

	Совокупный годовой темп изменений числа прибывших туристов, %
Мадрид	10,8
Андалусия	6,8
Валенсия	4,3
Каталония	3,4
Балеарские острова	2,5
Канарские острова	1,2
Другие	4,5

Таблица 4. Совокупный темп изменений числа прибывших туристов в Испанию за 2015 год, в %. [9].

На основе приведенных данных, можно сделать вывод, что Каталония является лидирующим регионом Средиземноморья Испании. В этот регион за 2015 год прибыло 13,94 млн. туристов. Этот показатель вырос на 3,4% по сравнению с 2014 годом.

Не менее заметным Средиземноморским регионом по темпам роста остается Андалусия, здесь количество туристов в 2015 году увеличилось на 6,8% по сравнению с 2014.

Подводя итог, можно сделать вывод, что туризм является важной и неотъемлемой частью экономики страны. Испания, проводя грамотную политику в области туризма, почетно заняла третье место в мировом рейтинге по количеству прибытий туристов, значительно опережая такие страны как: Италия, Турция и Германия. Учитывая то, что страна интересна для посещения целый год, пик спроса на туризм все же приходится на летние месяцы, а самыми посещаемыми регионами традиционно остаются Каталония, Мурсия, Андалусия

и Валенсия.

Туристический рынок Испанского средиземноморья сформировался преимущественно благодаря внешнему спросу, который ориентирован на прием иностранных туристов. Туристы выбирают средиземноморские регионы Испании, поскольку здесь имеются максимально благоприятный климат, комфортные отели, безупречный сервис, гостеприимство и развитая инфраструктура. Несмотря на то, что южные регионы в основном интересны для иностранных туристов, местные жители также предпочитают проводить свои каникулы, не выезжая за пределы своей страны. Рассмотрим более детально внутренний туризм в Испании за последние годы.

Доходы от внутреннего туризма находятся практически на одном уровне с доходами от внешнего туризма Испании. Так в 2015-м году доходы от внутреннего туризма составили 48% всех доходов от туризма в стране (рис.10).

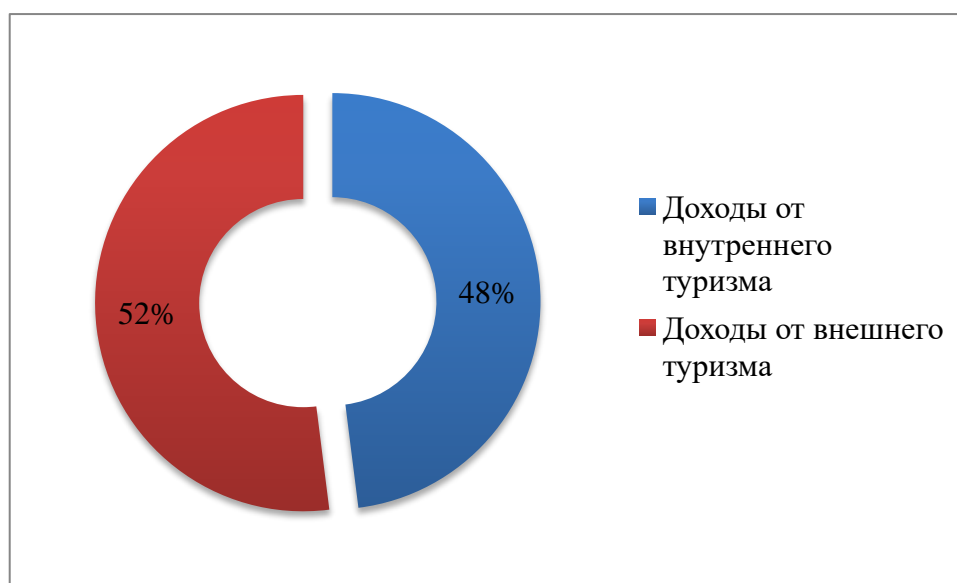


Рисунок 10. Структура доходов от туризма в Испании, 2015г., в %. Источник [5].

В 2014 году было совершено 139,6 млн. туристических поездок, которые можно отнести к внутреннему туризму. Стоит отметить, что начиная с 2011 года, этот показатель существенно вырос, что подтверждает популярность внутреннего туризма среди резидентов Испании (табл. 5).

	2010	2011	2012	2013	2014
Всего поездок (млн.)	354,4	347,7	372,8	398,4	462,8
в том числе					
Туристы (млн.)	145,5	147,4	148,4	144,5	139,6
Экскурсанты (млн.)	208,9	200,3	224,4	253,9	323,1

Таблица 5. Структура внутренних поездок по Испании, 2010-2014 гг., млн.чел. [7].

Если рассматривать структуру внутреннего туризма с точки зрения цели поездки, то личные цели значительно преобладают над другими целями. В 2014 году 95% всех туристических поездок было совершено в рамках поездок по личным целям (табл. 6). Число деловых поездок сокращается с 2010 года и в 2014 году составило 7,4 млн. чел.

	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	145,5	147,4	148,4	144,5	139,6
Личные поездки	131,3	133,7	137,1	135,4	132,2
Деловые поездки	14,2	13,8	11,3	9,1	7,4

Таблица 6. Структура внутреннего туризма в Испании по целям поездки, 2010-2014 гг., млн. чел. [7].

Лидирующим средством прибытия во внутреннем туризме является наземный путь. Посредством наземных видов транспорта в туристические районы Испании было совершено 131,6 млн. поездок (табл. 7). Это составляет 94% от всех прибытий. На втором месте по популярности находятся переезды воздушным путем.

	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	145,5	147,4	148,4	144,5	139,6

Наземным путем	136	136,9	139,1	136,3	131,6
Воздушным путем	8,4	9,5	8,3	7,1	6,8
Водным путем	1,1	0,9	851	1,1	1,2

Таблица 7. Структура внутреннего туризма по средствам прибытия, 2010-2014 гг., млн. поездок. [7].

Теперь рассмотрим значение внутреннего туризма в Средиземноморье.

В Валенсии, как в одном из лидирующих туристических регионов Испании, доля местных туристов в 2015 году составил 48,8% всех туристов. Таким образом, это хорошо отражает общую картину по стране, где доходы от внутреннего туризма составляют 48% всех доходов от туризма.

Рассмотрим более детально роль внутреннего туризма на примере одного из туристических центров города Бенидорма.

В конце 1990-х годов международный туризм доминировал в структуре прибывших туристов в Бенидорм (рис. 11).

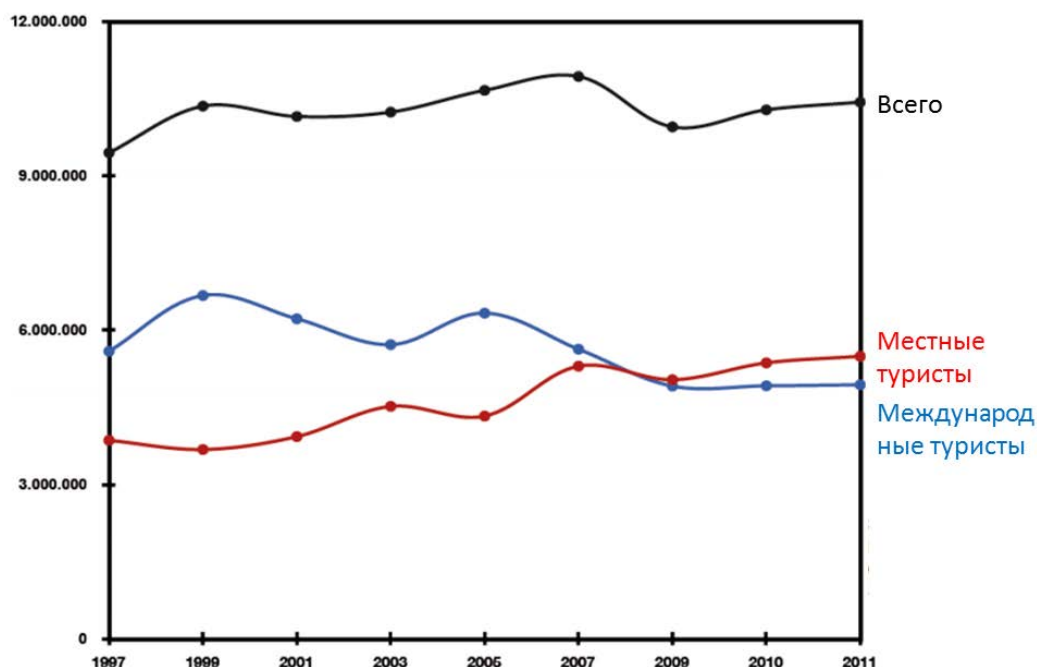


Рисунок 11. Структура прибывших туристов в Бенидорм за период 1997-2011 гг. млн. чел. [11].

В 2008 году произошло коренное изменение в структуре прибывших туристов в Бенидорм – число местных туристов превысило число международных туристов. В последующие года данная тенденция сохранилась. При этом важно отметить, что число международных туристов находится на стабильном уровне, но наблюдается рост числа местных туристов. Следовательно, можно сделать вывод, что изменения в структуре прибывших туристов в Бенидорм связаны с повышением привлекательности города для внутреннего туризма. Во многом это связано с кризисом в стране, по причине которого испанцы изменили свои предпочтения в пользу более экономных направлений туризма.

Подводя итог, можно сделать вывод, что Средиземноморье является привлекательным регионом для внутреннего туризма в Испании. По причине экономического кризиса в стране испанцы изменили свои предпочтения в пользу внутренних направлений туризма, включая Средиземноморье. Регионы Средиземноморья привлекают испанцев своей доступностью и развитостью, что также помогает удерживать внутренний спрос на отдых в своей стране.

2.2. Анализ структуры и динамики развития внутреннего туризма

Испании

Несмотря на то, что внутренний туризм в регионах Средиземноморья Испании с 2008-го года развивается более быстрыми темпами, по сравнению с внешним туризмом, наиболее важную роль в экономическом развитии региона по-прежнему играет международный туризм.

Как уже было отмечено ранее, доля доходов от внешнего туризма составляет 52% всех доходов от туристической деятельности в Испании.

Въездной туризм в Испании растет устойчивыми темпами. Всего за 5 лет (2010-2014 гг.) поток иностранных туристов в Испании вырос на 23,2% (табл. 8). В 2014 году число поездок иностранных туристов выросло до 64,9 млн.

	2010	2011	2012	2013	2014
Туристы (млн.)	52,6	56,1	57,4	60,6	64,9
Экскурсанты (млн.)	41	43	40,7	42,6	42,6

Таблица 8. Въездной туризм в Испании, 2010-2014 гг. млн. чел. [7].

В структуре въездного туризма Испании наибольшую часть занимают личные поездки (табл. 9). Именно поездки подобного рода обеспечивают общий рост внешнего туризма Испании.

	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	52,6	56,1	57,4	60,6	64,9
Личные поездки	48,3	52	53,5	56,6	60,7
Бизнес поездки	4,3	4,1	3,9	4	4,3

Таблица 9. Структура внутреннего туризма в Испании по целям поездки, 2010-2014 гг. млн. чел. [7].

Большая часть всех туристов прибывают воздушным путем. Так, в 2014 году 70% всех поездок в рамках внешнего туризма было совершено воздушным путем, наземным – 22%.

В структуре въездного туризма доминируют европейские страны. На долю этих стран приходится 91% всех иностранных туристических поездок в Испанию в 2014 году (таблица 10). Вторым по значимости регионом идет Америка, на которую приходится 5% всех поездок в рамках внешнего туризма. На каждый из таких регионов, как Африка, Средний Восток, Южная Азия приходится менее 1% всех поездок.

	2010	2011	2012	2013	2014
Всего	52,6	56,1	57,4	60,6	64,9
Европа	48,3	51,4	52,2	55,2	59
Америка	2,6	2,8	3,1	3,1	3,1
Восточная Азия и Тихоокеанские страны	0,9	1,1	1,3	1,5	1,8
Африка	0,3	0,5	0,4	0,5	0,5
Средний Восток	0,6	0,1	0,1	0,2	0,2
Южная Азия	0,3	0,7	0,1	0,1	0,1
Другие	0,4	-	-	-	-

Таблица 10. Географическая структура въездного туризма Испании, 2010-2014 гг. млн. чел. [7].

Теперь рассмотрим более внимательно динамику иностранных прибытий по Средиземноморским регионам. Начнем с Каталонии.

По данным правительства Каталонии в 2015 году в регион поступило 7,4 млн. иностранных туристов (что на 12 % больше, чем в 2014 году), которые потратили более 11,9 млрд. евро (на 5 % больше, чем в 2014 г.).

Расходы иностранных туристов в Каталонии с 2012 г. по 2016 г., представлены на рисунке 12 Из рисунка 12 следует, что в период с 2012 г. по 2015 г. расходы иностранцев в Каталонии выросли на 22% и составили 15,931 млн. евро в 2015 году.

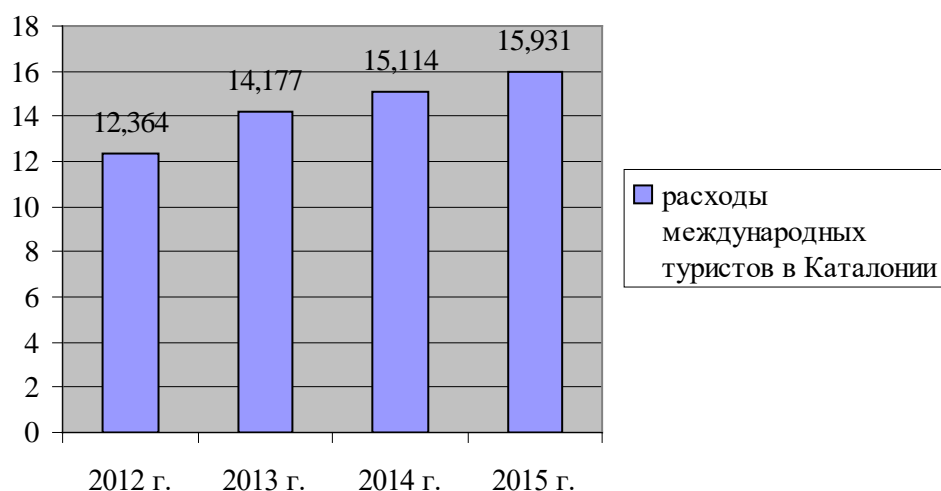


Рисунок 12 . Расходы международных туристов в Каталонии с 2012 г. по 2016 г., млн.евро. [6]

В 2016 году Андалусию посетили 10,6 млн. иностранных туристов. Что на 26 % больше по сравнению с 2013 г. (рис. 13)

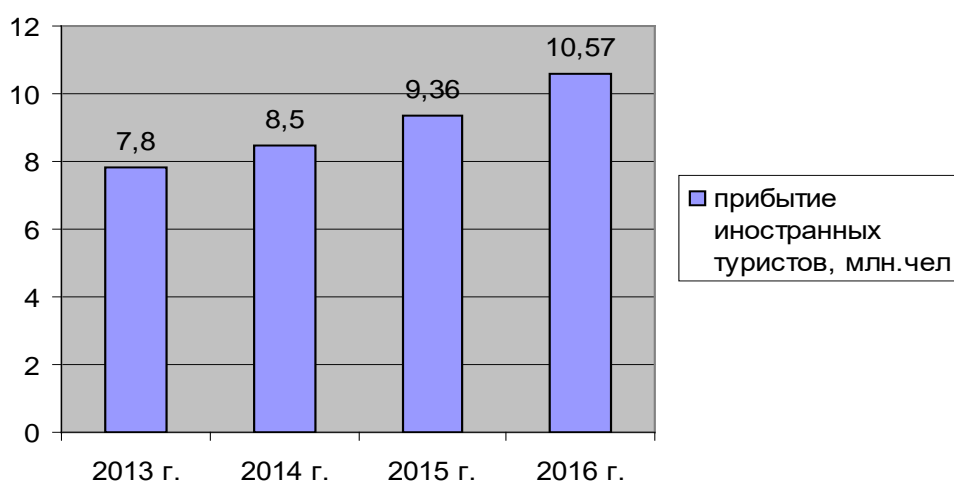


Рисунок 13. Международные прибытия в Андалусию за 2013-2016 гг. млн.чел. [8].

Всего за 16 лет, с 2000 года по 2016 год, число иностранных туристов в Андалусию в среднем росло на 30% в год.

В 2013 году иностранные туристы потратили 8,4 млрд. евро. Этот составило 13% от всей выручки от туристического бизнеса в Испании. Средний турист в Андалусии в 2013 году потратил 1067 евро за 11 ночей.

Статистика показывает, что иностранные туристы не теряют интерес и к Валенсии. Так на 2016 год лидерами по посещению региона являются итальянцы, ночевавшие в Валенсии 190 000 суток, нидерландцы (112 900 суток, что на 22% больше, чем в прошлом году); немцы (более 95 600 ночевок, что на 12% больше) и англичане (более 91 100, 11%).

Испания является важным туристским направлением и для граждан России: за последние 10 лет произошло пятикратное увеличение туристских потоков.

Данная тенденция объясняется политикой, которую проводит правительство Испании для привлечения российских туристов. Так, 2012 год был объявлен перекрестным годом туризма между Россией и Испанией. За этот год россияне могли получить испанскую визу всего за три дня, что значительно повышало доступность испанского направления для российских туристов. При этом 2013 год был объявлен как год языка и литературы между Россией и Испанией. Это имеет большое значение для туризма между данными странами, так как культурные особенности страны являются одним из факторов ее привлекательности в сфере туризма.

Также, год туризма способствовал формированию положительного имиджа испанской туристической отрасли для российских туристов.

По словам Хосе Игнасио Карбахаль Гарате (José Ignacio Carbajal Gárate), посла Испании в России, цель политики Испании по привлечению российских туристов «очень простая и четкая. Мы хотим добиться, чтобы в Испанию приезжало как можно больше российских граждан, как можно больше туристов из России. Нам приятно, что россиянам нравится находиться в Испании. И мы хотели бы по возможности восстановить поток туристов из России в нашу страну. В этом и заключается главная цель перекрестного года туризма Российской Федерации и Испании. Однако, мне представляется также очень важным, чтобы испанские туристы посещали вашу страну. Чтобы они познавали Россию. Мы хотим, чтобы испанцы в большем количестве и чаще приезжали в российские города, знакомились с их достопримечательностями, с жителями»

[34].

Подводя итог, можно сделать вывод, что Средиземноморье Испании является лидирующим туристическим регионом Испании. На этот регион приходится 54% всех прибывших туристов, при этом число прибывших туристов в Средиземноморье Испании растет более быстрыми темпами, чем в другие регионы страны. За последние 10 лет наблюдается тенденция развития внутреннего туризма в данном регионе, но и внешний туризм до сих пор играет важную роль в экономическом развитии Средиземноморья, а, следовательно, и всей экономики Испании.

Глава 3. Влияние экономического кризиса на развитие туристического сектора Испании

3.1. Предпосылки развития кризиса в Испании

Мировой финансовый кризис 2008-2009 гг. оказал значительное воздействие практически на все экономики стран еврозоны. Испания оказалась в числе тех государств, где начавшиеся в 2008 г. кризисные явления приобрели особенно тяжелый, структурный характер. Как отметил министр экономики и конкурентоспособности Луис де Гиндос, это был “самый продолжительный, интенсивный и глубокий кризис” в современной истории страны [14].

Для того, чтобы глубже изучить предпосылки развития кризисных явлений в Испании необходимо рассмотреть основные факторы, которые способствовали интенсивному развитию кризисных событий. Данные факторы можно объединить в группы по уровню воздействия, а именно: глобальный, национальный и региональный. Стоит отметить, что в предкризисные годы, некоторые из рассматриваемых факторов, стимулировали рост экономики, однако с наступлением кризисных явлений у них возник деструктивный характер.

Начнем с факторов глобального уровня, которые усилили проявления кризиса в Испании. К ним относится: рост взаимной зависимости между экономическими процессами, которые происходили в различных регионах и странах мира из-за либерализации движения капиталов, развитие информационных технологий, увеличение масштабов финансовых и торговых потоков. Основа данного процесса - поиск возможностей диверсификации рисков и высоких прибылей в глобальном масштабе. Одновременно с этим, вследствие роста взаимной зависимости отдельных экономик происходило быстрое распространение кризисных проявлений.

В 2008 г. был отмечен рост мировых цен на энергоносители, вследствие чего произошло увеличение уровня инфляции, а также усиление влияния кризиса на страны ЕС, в особенности на Испанию, которая осуществляла активный

импорт топливно-энергетических ресурсов.

Еще одним фактором отрицательного влияния на испанскую экономику, является трудовая миграция. Доля иммигрантов среди занятых в экономике страны в 2007 г. достигла почти 14%, в строительной отрасли иммигрантов было более 16%, в туризме - 20% [27]. Рассмотрение миграции происходило в качестве фактора развития национальной экономики, который способен обеспечивать ее активный рост. Но с возникновением кризиса из-за массовых увольнений иммигрантов, произошло резкое увеличение невозвратных кредитов, а также увеличение расходов у государства на пособия по безработице.

Если говорить о факторах национального уровня, то к ним можно отнести:

1. Отраслевые перекосы экономики с гипертрофированным развитием туризма и строительной отрасли. В 2000-2007 годах большая часть новых предприятий в Испании была создана в строительной отрасли. Вклад строительного сектора к 2008 г. в ВВП страны превысил соответствующие показатели у Италии и Германии, и стал равным с показателем Франции при значительно более низком объеме ВВП. Туризм являлся вторым, наиболее активно развиваемым сектором экономики. Испания находилась на 2-ом месте по количеству туристов. При этом произошел спад относительного вклада промышленности в ВВП, по причине которой произошел спад и роста производительности труда.

2. Снижение конкурентоспособности испанской продукции. Из-за низкого уровня развития сферы НИОКР и малой доли в обрабатывающей промышленности высокотехнологичной продукции, в т.ч. экспортируемой произошло снижение способности испанской продукции к конкуренции. Это произошло в следствии недостаточного уровня финансирования НИОКР, который в 2008 г. составил 1,35% от ВВП.

3. Формирование «жилищного пузыря» с последующим кризисом в строительной отрасли. Бум рынка недвижимости произошел из-за нескольких причин, которые действовали со стороны спроса и со стороны предложения. Причины увеличения спроса на жилье: увеличение численности людей в стране

за счет высокого потока иммигрантов; увеличение числа одиноких людей и уменьшение числа семей; увеличение у испанцев доходов и вложение их в недвижимость в качестве инвестиционного актива, государственные программы поддержки в покупке жилья; увеличение активности кредитования физических лиц [28].

Возможность увеличения предложения появилась за счет: наличия территорий для застройки; доступности для строительных компаний кредитов (рост объемов предоставленных кредитов был более 30%); увеличения предложения рабочей силы, которое обусловлено притоком иностранных рабочих.

В предкризисный период Испания начала занимать лидирующие в ЕС позиции по относительному количеству владельцев домов. Еще в 2006 году появились признаки перенасыщения жилищного рынка Испании (замедленный рост в стоимости жилья, спад в продажах, уменьшение стоимости акций строительных компаний). В 2008 г. спрос на жилье уменьшился почти в 2 раза. В 2007 г. началось строительство 616 000 новых объектов недвижимости, а в 2008 г. - только 360 000. К началу 2009 г. примерно у 1 млн. объектов недвижимости не было собственников [29]. В 2009 г. произошло снижение вклада строительной отрасли в ВВП не менее, чем на 20%. Происходили массовые увольнения в строительной отрасли: к концу 2008 г. число занятых в строительстве уменьшилось на 20,7%. В связи с этим, произошло усиление безработицы, которая составила 13,9% трудоспособного населения. В 2009 г. в строительном секторе занятость уменьшилась еще на 25% и уровень безработицы в стране стал равен 18,8%.

4. Рост задолженности частного сектора, затруднения на кредитно-финансовом рынке. Безработицей был снижен потребительский спрос, что вызвало увеличение людей, не способных осуществлять ежемесячные платежи по потребительским и ипотечным кредитам. Также увеличились суммы, которые выделяло правительство на пособия по безработице [30]. Основной рост безработицы произошел из-за кризиса строительного сектора, но можно было

наблюдать уменьшение числа рабочих мест во всем нефинансовом секторе экономики [31].

Таким образом, мировой финансово-экономический кризис в Испании начал проявляться с начала 2008 г., а в 2009 г. он охватил все сектора экономики Испании, а также приобрел системный характер.

В ответ на мировой экономический кризис правительство Испании разработало и реализовало более 90 антикризисных мер. На их реализацию было потрачено более 50 млрд. евро. Тем не менее, ВВП Испании упал на 12% в период с 2008 года по 2010 год (рис. 15).

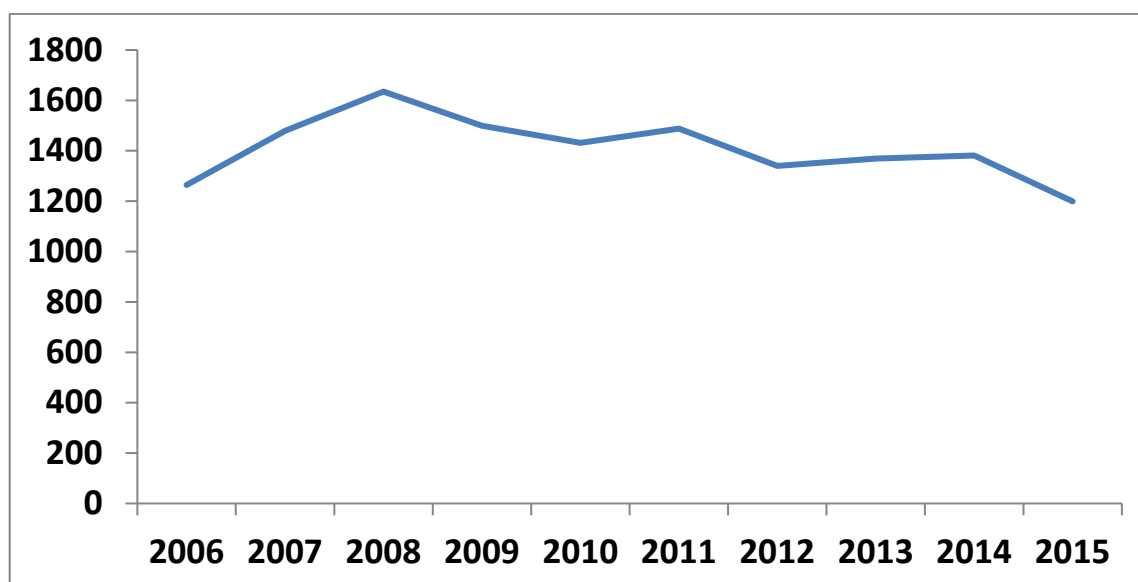


Рисунок 15. Динамика ВВП Испании в текущих ценах, млн. долл. [16].

Так середине 2008 г. из-за проблем в жилищном секторе правительство осуществило первые антикризисные мероприятия, которые были направлены на поддержку малых и средних предприятий. Испания стала первой, кто предоставил свою программу среди европейских стран. В ней были указаны мероприятия по поддержке предприятий и семей, увеличению занятости, стабилизации финансовой системы, а также модернизации экономики [32].

В правовое направление входило больше 10-и мер по поддержке предприятий и семей, заключающиеся в облегчении условий кредитования и

выделении специальных субсидий. Для каждого налогоплательщика была снижена на 400 евро налогооблагаемая база по подоходному налогу. Вследствие этого нововведения у 16 млн. работников появились дополнительные финансовые возможности и ресурсы.

Также были направлены меры на снижение безработицы. В них входили: стимулирование работодателей к найму сотрудников, создание новых рабочих мест, содействие самозанятости через выдачу финансовых субсидий на открытие компании. В 2009 г. Государственным фондом по стимулированию экономики и занятости и Государственным фондом региональных инвестиций было создано, соответственно, 400 тыс. и 100 тыс. новых рабочих мест.

Еще одним направлением стало проведение стабилизации финансовой системы. В 2008 г. у этих мер был «предупреждающий» характер, т.к. положение национальных кредитных институтов оценивалось как стабильное [33]. Здесь внимание уделялось увеличению лимита по страхованию вкладов с 20 000 евро до 100 000 евро. Для того, чтобы преодолеть проблемы с ликвидностью был создан фонд, у которого совокупный объем приобретенных финансовых активов был до 30 млрд. евро. Государство было поручителем при облигационных займах на официальных рынках (до 100 млрд. евро).

Следующим направлением антикризисной программы стали меры по модернизации экономики, стимулированию НИОКР и улучшению качества человеческого капитала, которые правительство рассматривало в качестве приоритетных задач. В рамках Министерства по науке и инновациям в 2009 г. был сформирован центр содействия технологическому и промышленному развитию, помогающий национальным предприятиям финансовой поддержкой на внедрение инноваций и проведение НИОКР. В 2009 г. 1240 компаний получили кредитную поддержку от центра общим объемом в 1,3 млрд. евро. Национальным предприятиям предоставили 40% льгот на взносы в фонды социального страхования для персонала, которые были заняты в НИОКР, и широкую систему налоговых льгот в процессе проведения НИОКР.

Стратегия устойчивого экономического роста была представлена в конце

2009 г., а в середине 2010 г. - Государственная инновационная стратегия, которая определила 5 основных направлений деятельности, а именно:

- создание необходимых условий по финансированию инновационной деятельности компаний (создание инвестиционных фондов, банковское кредитование, венчурное финансирование);
- рост спроса на инновационную продукцию от государства (гос. закупки равны 13% ВВП страны);
- содействие интернационализации деятельности предприятий Испании, которые используют инновации;
- укрепление в инновационной сфере региональной интеграции;
- совершенствование систем и уровня подготовки специалистов, а также привлечение технологов, ученых и управляющих в сфере инноваций.

Как было сказано выше, кризисные явления заметно затронули и сектор услуг в стране, в частности и туристическую отрасль. Так туристские потоки в Испанию в 2008-2009 гг. впервые характеризовались спадом. В целом за два года количество прибытий сократилось на 11% (рис. 14).

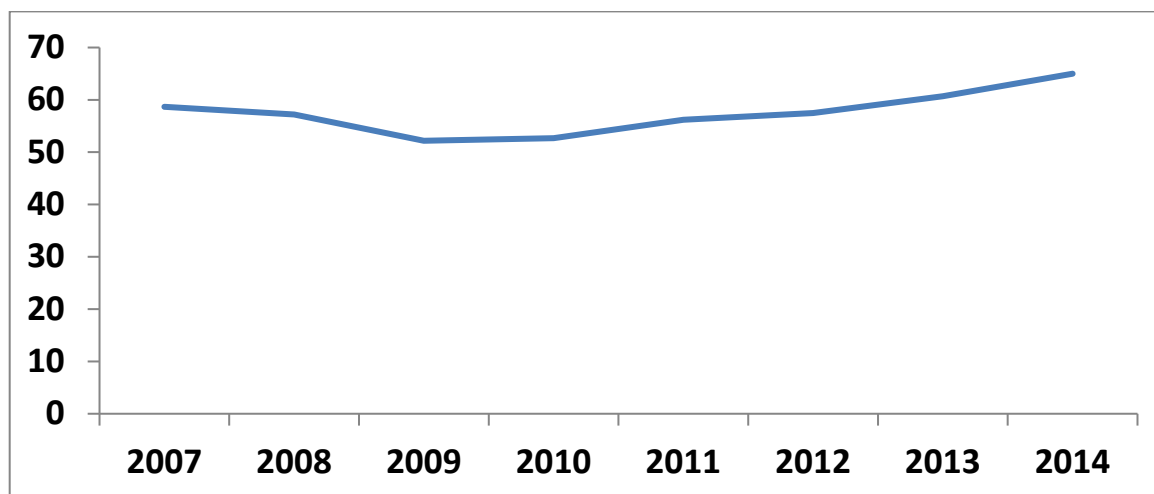


Рисунок 14. Количество прибытий в Испанию, млн. ч. Источник: WB. [16].

В 2008 году количество иностранных туристов снизилось на 3%, а в 2009 году - на 8,7%. Вклад туристической отрасли в ВВП Испании также снизился на 12% в 2009 году, составив 150 млрд. дол.[17]. Наибольшее влияние мирового

кризиса туристический сектор Испании испытал в 2010 году. В этом году совокупный поток сократился на 13% [16]. Данное сокращение потоков туристов оказалось самое большое среди десяти стран-лидеров в мировом туризме.

Рассмотрим подробнее структуру туристических потоков за данный период. Наибольшее снижение в 2008-2009 гг. наблюдалось в сфере бизнес поездок в Испанию. В 2009 году число поездок по работе снизилось на 935 тысяч (17,7%) (табл. 12). Количество поездок с целью отдыха 4,5 млн. сократилось в этой году на 4,5 млн. (9%). При этом важно отметить, что число поездок с целью проведения исследования, а также по личным причинам, выросло в 2009 году. В 2008 году число прибытий сократилось для всех видов прибытий, кроме исследовательских.

	2007	2008	2009	2010
Всего	58665,5	57192	52177,6	52676,9
Отдых	47751,6	46735,7	42497	43524,9
Работа, бизнес конференции	5275,5	5270,9	4335	4375
Исследования	539,9	607,9	740	715
По личным причинам (семья, медицина)	3717,3	3266,9	3390	2906,5
Другое	4692,9	4377,5	4507,5	3756

Таблица 12. Структура потоков прибывающих туристов по цели визита, тыс., 2007-2010 гг. Источник: составлено автором на основе [13].

Показатель выручки на одного иностранного туриста в 2008 году вырос на 105,2 евро (табл. 13). В 2009 году данный показатель сократился на 5% и составил 1068,5 евро, что превышает докризисный уровень в 1021,2 евро. Расходы на транспорт на одного иностранного туриста показывают схожую динамику. В 2008 году они выросли на 19%, а в 2009 году сократились на 17%. В дальнейшем этот показатель показывал положительную динамику.

	2007	2008	2009	2010
Выручка на 1 иностранного туриста	1021,2	1126,4	1068,5	1030,9
Расходы на транспорт на 1 иностранного туриста	124,2	147,8	122,7	130,1

Таблица 13. Показатели выручки и расходов на транспорт на 1 иностранного туриста в 2007-2010 гг., евро. Источник: составлено автором на основе данных [16].

Кризис в странах Европы негативно сказался на туристической отрасли Испании, что можно определить по структуре въездного туризма Испании в 2007-2010 гг. (табл. 14). Так, наибольшее падение наблюдается со стороны туристов из Германии и Великобритании. Число туристов из США в рассматриваемый период сохраняется на стабильном уровне.

Страна	2007	2008	2009	2010
Великобритания	16,3	15,7	13,3	12,4
Германия	10	10	8,9	8,8
Франция	9	8,1	7,9	8,1
Италия	3,6	3,3	3,1	3,5
Нидерланды	2,5	2,5	2,1	2,3
Португалия	2,4	2,2	2,1	1,9
Бельгия	1,7	1,6	1,6	1,6
США	1	1,1	1,1	1,1
Россия	0,4	0,5	0,4	0,6

Таблица 14. Структура въездного туризма Испании в 2007-2010 гг., млн. прибытий. Источник: составлено автором на основе данных [13].

Экспорт туристических услуг в 2009 году во многом снизился по причине

укрепления реального эффективного курса евро (рис. 16). Финансовая нестабильность на развивающихся рынках вызвала повышение спроса на свободно-конвертируемые валюты, включая евро. Реальное укрепление евро способствовало снижению конкурентоспособности экспортоориентированных секторов экономики Испании, включая отрасль туристических услуг.

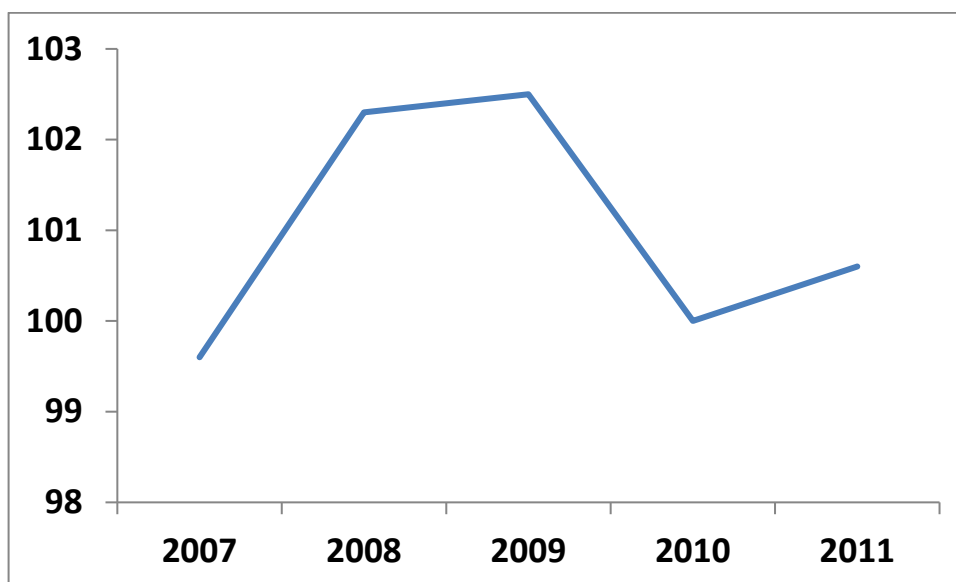


Рисунок 16. Реальный эффективный курс евро 2007-2011 гг. (2010 год = 100). Источник: составлено автором на основе данных [16].

Таким образом, на основе изучения динамики основных параметров туристической отрасли Испании можно сделать вывод, что снижение числа прибытий и суммы расходов на одного туриста объясняются ухудшением конъюнктуры мировой экономики. После 2009 года наблюдается положительная динамика большинства показателей туристической отрасли. Такие показатели, как выручка на одного иностранного туриста, число прибытий, достигли докризисного уровня уже в 2011-2012 гг.

3.2. Меры правительства Испании по поддержке туристической отрасли

Большим достижением Испании рассматривается тот факт, что по итогам 2015 г. в рейтинге ВЭФ (Всемирный Экономический Форум) по

конкурентоспособности туристической отрасли страна была признана мировым лидером. Основой успеха стали: высокий уровень культурных ресурсов, предоставляемые информационные интернет-услуги, отличная инфраструктура, развитость транспорта, безопасность и т.д. Вклад отрасли в последние три года возрастал и в 2014 г. он составил 11% от ВВП [18].

Орган, отвечающий за процесс реализации политики правительства Испании в туристической сфере - Государственный секретариат по туризму Министерства промышленности, энергетики и туризма Испании. Институт туризма Испании осуществляет координацию деятельности частных и государственных компаний в области туризма. Он является государственным учреждением, которое также отвечает и за разработку стратегий по развитию туризма в Испании и за ее продвижение в мире.

В качестве основных мер правительства Испании в поддержке туристической отрасли можно выделить следующие:

- государственные программы, целью которых является повысить качество туристических услуг;
- реализация проектов по государственно-частному партнерству в сфере туристической инфраструктуры.
- развитие инновационных технологий в городах;
- стимулирование внутреннего спроса на туризм;
- развитие социального туризма и снижение сезонности.

Государственные программы, целью которых является повысить качество туристических услуг. Впервые государство начало финансировать программы, ориентированные на улучшение качества туристских услуг в 1995 году, во время запуска пилотного проекта в отельном секторе туристического рынка. Этот проект за достаточно быстрое время превратился в Систему качества отелей и апартаментов.

Данный проект обратил на себя не только внимание частного сектора, но и управления Испании по туризму. Проблема, касающаяся улучшения и

обеспечения качества заняла первое место на повестке дня у Первого Национального конгресса по туризму, который прошел в конце 1997 г. В результате конгресса был разработан План обеспечения качества в сфере туризма Испании, в последующем превратившийся в Систему качества туризма в Испании (SCTE – el Sistema de Calidad Turística Española) [21]. В основе этой системы находилась методология, которая была разработана Генеральным секретариатом по туризму Испании.

Формально в Плате обеспечения качества в сфере туризма в Испании на 2000–2006 гг. (PICTE) [22], разработанного и утвержденного Испанским управлением по туризму, качество стало главным и основным приоритетом испанской политики в области туризма.

На сегодняшний день, особенность сферы туризма в Испании заключаются в достаточной однородности, у каждой из отраслей есть своя система качества со своими институтами, это и стало определением отраслевого характера сформированной модели SCTE.

В итоге усиление в сфере обеспечения качества туристических услуг происходило по следующим направлениям:

- институциональное, которое выразилось созданием Института качества туризма в Испании (ICTE), который являлся управляющим органом, отвечающий за качество в туризме;
- системное направление, которое заключается в том, что отраслевые нормы качества гармонизировали, т.е. превратились в единую систему.

Получается, Секретариатом по туризму с ICTE была сформирована система технологической поддержки компаний туристической отрасли для успешной реализации модели SCTE.

Цели системы качества испанского туризма:

- предоставление компаниям, относящимся к испанской туристической отрасли методологии по внедрению у себя в

компании системы по управлению качеством, а также мероприятий по ее усовершенствованию, благодаря которому появится конкурентное преимущество, позволяющее противостоять новым вызовам;

- продвижение Испании на международном рынке с акцентом на высокое качество предоставляемых услуг в туристической сфере [20].

Для реализации данных целей система SCTE определяет следующие задачи:

- осуществлять помощь в создании отраслевых систем качества в туристической индустрии;
- осуществлять помощь в создании единого знака качества (Знак качества туризма в Испании);
- осуществлять помощь в создании единого управляющего органа (ICTE);
- помогать испанским профессиональным объединениям участвовать в международных организациях по стандартизации (в рабочих группах у Европейского комитета по ИСО и стандартизации).

Помимо этого, в основу системы были заложены принципы качества, рентабельности, конкурентности и устойчивого развития. Под реализацией проекта SCTE подразумевалось достижение договоренностей между разными участниками туристической индустрии Испании. В этом направлении Государственным секретариатом по туризму были сформированы механизмы по сотрудничеству частных и государственных участников.

Система качества функционирует в рамках 3-х методологических решений [9]:

- отраслевая система качества SCTE Sectores, основывается на существующих или на новых создаваемых нормах качества туристических услуг. Ее цель: создать внутреннюю культуру

качества в организациях и на предприятиях для сертификации предприятия, а также присвоения Знака качества Системы;

- комплексная система SCTE Destinos. Ее цель: создание механизмов управления системой качества в тех местах, где происходит скопление максимального числа агентов;
- система совершенствования качества SCTE Buenas Prácticas. Она расположена над SCTE Destinos и SCTE Sectores.

В Испании был разработан единый логотип Знака качества, который на сегодняшний день использует больше 2500 компаний в туристической сфере. Основным преимуществом этой системы является то, что ее полностью поддерживает государство, помимо этого, государство также занимается ее продвижением, позиционируя при этом наивысшее качество услуг, оказываемых на предприятиях, являющихся обладателями этого знака.

В рамках этой системы происходит разработка и реализация рекламных продуктов, в которых в обязательном порядке должен содержаться логотип системы, а также различные товары, начиная от ручек и конфет и заканчивая сумками и мячами для гольфа. Помимо этого, в рамках этой системы SCTE подразумевается премия от государства за качество, выдающаяся один раз в год лучшим компаниям туристической индустрии в каких-либо номинациях. Основание для получения премии, это: мнение потребителей туристических услуг, которые с помощью системы обратной связи могут отдать свой голос за лучшую компанию, опираясь на свое мнение. Победитель – компания, набравшая от своих клиентов наибольшее количество голосов.

В плане также отображено, что на сегодняшний момент основным конкурентным преимуществом является цена. В связи с этим, главная задача развития системы качества туристических услуг в Испании (SCTE) - предоставление компаниям туристической индустрии внутренних инструментов управления, которые будут оказывать помощь в снижении затрат на эксплуатацию, повышении качества, снижении цены предоставляемых услуг и товаров. В итоге, благодаря этим

инструментам укрепится финансовая устойчивость бизнеса, повысится лояльность клиентов.

В качестве инструментов подразумеваются различные преференции и налоговые льготы для инвесторов и предпринимателей в туриндустрии. Одним из важнейших моментов является продвижение, используя средства государства, компаний на туристическом рынке, отвечающих требованиям государства по качеству.

Результатом от внедрения в испанском туризме системы качества служит увеличение числа иностранных туристов в 2010–2014 гг. более чем на 12 млн.

Также правительством Испании был разработан план по дальнейшему развитию в Испании сферы туризма – Национальный план комплексного развития туризма на 2012–2015 гг. (Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT)), в основе которого туризм рассматривается в качестве главного стратегического экономического направления на 2012–2015 годы.

Реализация проектов по государственно-частному партнерству в сфере туристической инфраструктуры (ГЧП). ГЧП – это привлечение частного сектора для осуществления более качественного и эффективного исполнения задач, которые относятся к публичному сектору на условиях компенсации затрат, разделения обязательств и рисков. Государственные инвестиции в экономику стимулируют рост частных инвестиций, формируют современную инфраструктуру и создают мультипликационный эффект на всю экономику страны. Особенно актуально применение механизма ГЧП в условиях дефицита государственного бюджета и сокращения налоговых поступлений, что наблюдалось в экономике Испании в кризисный период.

Правительство Испании задействовало данный инструмент для стратегического развития туристической отрасли страны. Так, к одним из ярких примеров ГЧП в культурной области испанцы относят создание и функционирование Института Сервантеса.

Среди последних примеров ГЧП в сфере туристической инфраструктуры Испании стоит упомянуть: совершенствование и развитие инфраструктуры

Андалусии, развитие государственной медицины, логистический план по развитию Автономного сообщества Мадрид и несколько крупных проектов ГЧП по строительству скоростных железнодорожных магистралей и автодорог в Наварре, Валенсии и Мурсии.

В апреле 2010 года Х.Л. Родригес Сапатеро (премьер-министр Испании) объявил о решении инвестировать в транспортную инфраструктуру Испании 17 млрд. евро в течение 2-х лет, 11 млрд. из которых будет выделено на строительство автомобильных дорог, а также в железнодорожную отрасль, а 7,7 млрд. будет направлено на обслуживание уже существующих магистралей [23]. Так как финансирование проектов будет проходить по схеме ГЧП, то часть финансирования на себе берут частные кредитные организации. Предполагается, что основными инвесторами выступят ICO, Испанская банковская ассоциация, к которой подключится банки Испании и ряд крупных частных компаний. Участие в финансировании проектов испанского правительства примет также Европейский инвестиционный банк.

Правительство Испании рассчитывает, что программа масштабных инвестиций в дорожно-транспортную отрасль окажет положительное воздействие на национальную экономику в целом. Испанские власти также считают, что после реализации инфраструктурных проектов появятся рабочие места для 400.000 человек [23].

Развитие инновационных технологий в городах. В условиях повышения конкуренции на мировом рынке туристических услуг возрастает значение инновационного характера туристической инфраструктуры в стране. Правительство Испании проводит ряд мер, способствующих развитию инновационных технологий в городах, что положительно сказывается на привлекательности испанских городов для туристов. Имеются в виду города, где в повседневной жизни города используются инновационные технологии, и где благодаря технологичной инфраструктуре упрощается интеграция и взаимодействие посетителей с окружающей действительностью, а также улучшается качество их пребывания в этом городе.

Ярким примером инновационного направления в Испании является комплекс «Марина д'Ор». Инновационным элементом в функционировании этого курорта является работа Специализированного Медико-Эстетического Центра. Главная задача Морской Здравницы научного Курорта «Марина д'Ор» - предупреждение заболеваний и укрепление общего состояния здоровья. Данный проект был financирован при поддержке государства

Самые «умные» города Испании, а именно: Плайя-де-Пальма (Балеарские острова), острова Эль-Йерро и Ла-Гомера (Канарские острова), Кастельдефельс (Каталония), Аро (Ла-Риоха), Бадахос (Экстремадура), Сантьяго-де Компостела (Галисия), Лас-Пальмас-де-Гран-Канария (Канарские острова), Вильяхойоса (Валенсия), Хака (Арагон), Аксаркия (Андалусия) [24]. Шесть первых городов подписали соглашение с Segittur – это государственная компания, занимающаяся управлением в туризме инновационными технологиями. Остальные 5 городов планируют также присоединиться к этой инициативе.

Мониторинг туристических потоков, установка сети Wi-Fi, видео наблюдение в беспокойных районах города, управление смешанным транспортом, внесение в мобильный телефон истории болезни - часть пунктов компании Segittur. Благодаря этому, повысится качество жизни и самих жителей этих городов.

Также уже активно используются приложения-путеводители, которые заметно облегчают пребывание и знакомство с местными городами. Guia de Girona является одним из примеров. Приложение может предоставить туристам экскурсии по интересным музеям, паркам, памятникам города и многое другое.

Симулирование внутреннего спроса на туризм. Испанским Правительством в 2012 году был разработан Национальный комплексный план развития туризма в Испании на 2012–2015 гг. С учетом тенденции сокращения жителей Испании в последние годы, предпочитающих проводить свой отпуск в Испании был разработан план, который посвящен мерам по стимулированию внутреннего туризма.

По причине снижения в последние годы числа граждан Испании,

отдыхающих в пределах своей страны, задачей плана стало стимулирование национального туризма, в основе которой лежит реализация широкой общенациональной информационно-пропагандистской кампании по популяризации местных туристических направлений среди граждан Испании. Решение данной задачи осуществляется через размещение в печатной прессе (брошюры, тематические газетные вкладки), на телевидении и радио рекламных материалов.

Функционирует эта информационная кампания на протяжении 12 месяцев в году, но в особенности в периоды, предшествующие новогодним и летним каникулам, т.е. в тот момент, когда большая часть людей принимают решение о месте, где они будут проводить свой отпуск. Среди особенно заметных рекламных кампаний, можно выделить проект «España, el destino que llevas dentro». Его цель: демонстрация разнообразия и всех красот национальному потребителю. В процессе кампании распространение рекламной информации происходит через информационные, цифровые медиа плакаты и иные носители. Для того, чтобы распространить всю информацию используются государственные СМИ, и иные возможности, которые предоставляются партнерами проекта.

Развитие социального туризма и снижение сезонности. Вопросы по продвижению социального туризма частично охватываются полномочиями Министерства здравоохранения, социального обеспечения и равенства Испании. Наибольшее внимание уделяется развитию туризма для лиц пожилого возраста. Это происходит по причине демографической ситуации в Испании, для которой характерным является низкий уровень рождаемости, а также увеличение пожилых людей в последние десятилетия.

Программа называется: «Программа по развитию туризма для пожилых людей и поддержание уровня занятости в туристических зонах», основной идеей которой является предоставление пожилым людям значительных скидок на туристические путевки (проезд, проживание, экскурсии, питание) с октября по июнь (период традиционно низкого туристического потока из-за рубежа).

Получается, что эта программа решает сразу 2 задачи: развитие туризма у лиц, достигших пенсионного возраста и сохранение в течение года в курортных городах Испании уровня занятости.

Одновременно с этим, лица, которые достигли пенсионного возраста, в Испании получают возможность посещать места исторических достопримечательностей культурного досуга на полностью бесплатной основе или со скидкой от 50%. Ориентация на пожилых туристов становится все более популярной в Испании.

В Испании также существуют и иные программы в сфере социального туризма (ориентированные, например, на многодетные семьи, молодежь), но их реализация происходит по линии общественных организаций и благотворительных фондов.

Стоит отметить, что результаты проводимой правительством политики по поддержке туристической отрасли в Испании, которые заключаются в повышении привлекательности испанской туристической отрасли в мире, доказывают эффективность данных мер. Так, за период с 2011 г. по 2015 г. позиция Испании в индексе конкурентоспособности сектора путешествий, а также туризма, который составляется в рамках Давосского Международного экономического форума раз в два года, достигла первого места среди 140 стран мира (табл. 15). В 2013 году мировыми лидерами в секторе туризма и путешествий были: Германия, Швейцария, Австрия. За ними следовали: Великобритания, Испания, США, Франция, Швеция, Канада, Сингапур. В лидирующей десятке Испания была высоко оценена практически по всем позициям, вследствие чего стала занимать четвертую позицию в мировом туристском рейтинге. В 2015 году Испания повысила свои позиции до первого места.

Индекс конкурентоспособности сектора туризма и путешествий рассчитывается для 140 стран.

	2009	2011	2013	2015
Позиция Испании в мире	6	8	4	1

Таблица 15. Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма.
 Источник: составлено автором на основе [25].

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы. Во-первых, снижение числа прибытий и суммы расходов на одного туриста объясняются ухудшением конъюнктуры мировой экономики. После 2009 года наблюдается положительная динамика большинства показателей туристической отрасли. Последствия мирового финансового кризиса (2008-2009 гг.) отразились практически на всей экономике стран еврозоны. Испания оказалась в числе тех государств, где начавшиеся в 2008 г. кризисные явления приобрели особенно тяжелый, структурный характер. Во-вторых, для поддержания конкурентоспособности испанской туристической отрасли на мировом рынке правительство проводило меры по трем направлениям: повышение качества туристических услуг, реализация проектов ГЧП в сфере туристической инфраструктуры, развитие инновационных технологий в городах. Результаты проводимой правительством политики по поддержке туристической отрасли в Испании, которые заключаются в повышении привлекательности туристической отрасли в Испании в мире, доказывают эффективность данных мер. По итогам 2015 г. в рейтинге ВЭФ по конкурентоспособности туристической отрасли она была признана мировым лидером. Основой успеха стали: высокий уровень культурных ресурсов, предоставляемые информационные интернет-услуги, отличная инфраструктура, развитие транспорта и безопасность.

Заключение

В ходе выполненной работы достигнута поставленная цель по выявлению роли туристического сектора в развитии Средиземноморского региона Испании на современном этапе.

Решение данной цели потребовало исследование роли туристической отрасли в экономике Испании, выявления значения Средиземноморских регионов в развитии туристической отрасли Испании, а также исследования влияния современного кризиса на развитие туристического сектора Испании.

По результатам исследования роли Средиземноморских регионов в развитии туристической отрасли экономики Испании были сделаны следующие выводы:

- Три группы факторов (природно-климатические, культурно-исторические и социально-экономические) дают стране конкурентные преимущества на мировом рынке туристических услуг. Мягкий климат с южной части страны привлекает туристов, ищущих пляжный отдых, а наличие большого количества объектов всемирного культурно наследия позволяет привлекать туристов, которым интересно изучение культурного наследия страны. Развитость экономики способствует высокому качеству жилья, обслуживания и инфраструктуры.
- Наиболее важным негативным фактором, который оказывает влияние на занятость населения, выступает сезонность функционирования большинства курортов Испании. Хотя в стране и существуют горнолыжные курортные комплексы, большая часть выручки приходится на южные курортные зоны страны.
- Туризм является важной и неотъемлемой частью экономики страны. Испания, проводя грамотную политику в области туризма, почетно заняла третье место в мировом рейтинге по количеству прибытий туристов, значительно опережая такие страны как: Италия, Турция и Германия. Учитывая то, что страна интересна для посещения целый год,

пик спроса на туризм все же приходится на летние месяцы, а самыми посещаемыми регионами традиционно остаются Каталония, Мурсия, Андалусия и Валенсия. Отмечается ежегодный рост числа прибытий из этих стран.

- Испания является важным туристским направлением и для граждан России: за последние 10 лет произошло пятикратное увеличение туристских потоков.
- Средиземноморье является привлекательным регионом для внутреннего туризма в Испании. По причине экономического кризиса в стране испанцы изменили свои предпочтения в пользу более экономных направлений туризма, включая Средиземноморье. Регионы Средиземноморья предлагают туристам развитую туристическую инфраструктуру, теплый климат и высокое качество услуг.
- За последние 10 лет наблюдается тенденция развития внутреннего туризма в Средиземноморье, но внешний туризм до сих пор играет важную роль в экономическом развитии Средиземноморья, а, следовательно, и всей экономики Испании.
- Снижение числа прибытий и суммы расходов на одного туриста объясняются ухудшением конъюнктуры мировой экономики. После 2009 года наблюдается положительная динамика большинства показателей туристической отрасли. Мировой финансовый кризис 2008-2009 гг. оказал значительное воздействие практически на все экономики стран еврозоны. Испания оказалась в числе тех государств, где начавшиеся в 2008 г. кризисные явления приобрели особенно тяжелый, структурный характер.
- Для поддержания конкурентоспособности туристической отрасли Испании на мировом рынке правительство проводило меры по трем направлениям: повышение качества туристических услуг, реализация проектов государственно-частного партнерства в сфере туристической инфраструктуры, развитие инновационных технологий в городах.

- Результаты проводимой правительством политики по поддержке туристической отрасли Испании, которые заключаются в повышении привлекательности туристической отрасли Испании в мире, доказывают эффективность данных мер.
- По итогам 2015 г. в рейтинге ВЭФ по конкурентоспособности туристической отрасли Испания была признана мировым лидером.

Список литературы

1. База данных Всемирного Банка. URL: <http://data.worldbank.org>
2. Барометр международного туризма ЮНВТО. Январь 2016 – статистическое приложение.
3. Ежегодник статистики туризма, данные 2010-2014гг., 2016 г.
4. Ассоциация туроператоров России: Статистика въездного туризма в Испании в 2009 году. URL: <https://www.slideshare.net/ATORUS/spain-100804>
5. Why investing in property in Barcelona. URL: <http://www.spainbuddy.com/why-investing-in-property-in-barcelona-is-profitable/>
6. Лингвистическое описание всех языков мира. URL: <http://www.languages-study.com/statistics.html>
7. Статистика UNWTO – Compendium of Tourism Statistics, Data 2010-2014, 2016 Edition
8. Статистический портал. URL: <https://www.statista.com/statistics/450412/expenditure-by-international-tourists-visiting-catalonia/>
9. Официальная статистика Каталонии. URL: <http://www.idescat.cat/economia/inec?tc=3&id=0337&lang=en>
10. Туризм в Валенсии. URL: <http://www.visitvalencia.com/en/valencia-tourism-convention-bureau/statistics/statistics-2016>
11. Статистика Института туристических исследований Испании Frontur. URL: <http://estadisticas.tourspain.es/en-en/estadisticas/frontur/series/paginas/default.aspx>
12. Ivars JA, Rodriguez I, Vera Rebollo JF. 2012. The evolution of mass tourism destinations: New approaches beyond deterministic models in Benidorm (Spain)'. Elsevier Tourism Management, 34, pp. 184-195. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517712000878>

13. Benidorm en cifras, 2012. URL: http://empleo.benidorm.org/files/descargas/Benidorm_en_Cifras_2014.pdf
14. El Gobierno aprueba el Programa de Estabilidad 2015–2018 y el Plan Nacional de Reformas. URL: <http://www.lamoncloa.gob.es/>
15. Якубовский Геннадий Сергеевич. Тенденции развития экономики Испании на современном этапе.
16. Данные Всемирного Банка. URL: <http://data.worldbank.org>
17. Chislett, W. Is Spain different? The political, economic and social consequences of its crisis / W. Chislett // International Journal of Iberian Studies. 2015. p. 257–266
18. Global Competitiveness Reports. WEF, 2015–2016. Geneva: WEF, 2015. URL: http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf
19. Gestión de la Calidad . Conceptos, enfoque, modelos y sistema Cruz, S; González, T. 2006. Editorial Pearson Prentice Hall
20. Certificación y modelos de calidad en hostelería y restauración. Puig-Duran Fresco, Jorge. 2006. Editorial Díaz de Santos
21. La gestión integrada de la Calidad, el Medioambiente y la Prevención de Riesgo Laborales en la Organizaciones. Mellado Romera, María Dolores. 2006. Editorial Universitaria Ramón Areces.
22. Manual del Sistema de la Calidad Turística Española. Una Certificación necesaria. ICTE. 2011.
23. О государственном-частном партнерстве в Испании. URL: <http://studydoc.ru/doc/2262986/o-gosudarstvenno-chastnom-partnerstve-v-ispanii-v-poslednie>
24. Испанские города вошли в рейтинг «умных» городов мира. URL: <http://newsspain.ru/ispanskie-goroda-voshli-v-rejting-umnykh-gorodov-mira/>

25. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. URL: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf
26. Данные FONTUR. URL: <http://estadisticas.tourspain.es/en-EN/estadisticas/frontur/informesdinamicos/paginas/anual.aspx>
27. Izquierdo, M. On the aggregate effects of immigration in Spain / M. Izquierdo, J.F. Jimeno, J.A. Rojas // SERIEs. — 2010. — Vol. 1. — №4. — P. 409–432.
28. Сидоренко, Т.В. Испания / Т.В. Сидоренко // Изменение глобального экономического ландшафта: проблемы и поиск решений. — М.: НИУ-ВШЭ, 2011. — С. 213–236
29. Яковлев, П.П. Кризис и антикризисная стратегия Испании в ЕС: траектория кризиса, вызовы и перспективы / П.П. Яковлев // Испания на фоне мирового кризиса. — М.: ИЛА РАН, 2011. — С. 11–53
30. Chislett, W. Is Spain different? The political, economic and social consequences of its crisis / W. Chislett // International Journal of Iberian Studies. — 2015. — V. 28. — № 2–3. — P. 257–266
31. Chislett, W. Spain: What Everyone Needs to Know / W. Chislett. — Oxford: Oxford University Press. — 2013. — 256 p.
32. Maillo, E.J. Zapatero presenta un plan de medidas contra la crisis 'dentro de las posibilidades del Gobierno [Электронный ресурс] // E.J. Maillo // El Mundo 14.08.2008. — URL: <http://www.elmundo.es/mundodinero/2008/08/14/economia/1218712504.html>
33. Spain 2008 Article IV Consultation [Электронный ресурс] // Washington, D.C.: IMF, 2009. — Country Report No. 09/128. — URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2009/cr09128.pdf>
34. Entrevista embajador revista VIDA INTERNACIONAL: интервью с послом Королевства Испании в России Хосе Игнасио Карбахаль Гарате. 2016 г. URL:

[http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/MOSCU/es/Noticias/Documents/2016-17-05%20-%20Entrevista%20embajador%20revista%20VIDA%20INTERNACIONAL%20\(ruso\).pdf](http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/MOSCU/es/Noticias/Documents/2016-17-05%20-%20Entrevista%20embajador%20revista%20VIDA%20INTERNACIONAL%20(ruso).pdf)

35. Barke M. Problems and potential for tourist related economic development in peripheral regions: lessons from southern Spain, Conference paper, VIIth EADI General Conference, September, Berlin. 1993
36. Salmon K. Modern Spanish Economy. Pinter Publishers, London. 1991