

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Компарация предложений чешских и русских бюро
путешествий на избранную туристскую дестинацию.
Составление тематического словаря на основе материала
сопоставляемых текстов.**

Kubankova Tatiana

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra germanistiky a slavistiky

Studijní program Filologie

Studijní obor Cizí jazyky pro komerční praxi

Kombinace angličtina – ruština

Bakalářská práce

**Компарация предложений чешских и русских бюро
путешествий на избранную туристскую дестинацию.
Составление тематического словаря на основе материала
сопоставляемых текстов**

Kubankova Tatiana

Vedoucí práce:

Mgr. Libuše Urieová

Katedra germanistiky a slavistiky

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2020

Prohlašuji, že jsem práci zpracoval(a) samostatně a použil(a) jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2020

.....

Ráda bych poděkovala své vedoucí práce Mgr. Libuši Urieové za vedení práce, věnovaný čas a cenné rady.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	1
ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	
I. Туризм и его составляющие	2
1.1 Основные туристические термины	2
1.2 Основные виды турагентств	4
1.3 Развитие турагентств в России	4
1.4 Развитие турагентств в Чешской Республике	6
II. Характеристика выбранных русских туристических агентств	7
III. Характеристика выбранных чешских туристических агентств	8
IV. Характеристика выбранной туристической дестинации	9
4.1 Основная информация (географические данные, условия для развития туризма)	9
4.2 Международные отношения с Турцией	10
4.3 Инфраструктура туризма в Турции	11
ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ	
V. Анализ туров от выбранных русских туроператоров в Турцию по основным категориям (структура предложений, условия проживания, питание, пакет услуг, цены)	14
VI. Анализ туров от выбранных чешских туроператоров в Турцию по основным категориям (структура предложений, условия проживания, питание, пакет услуг, цены)	18
VII. Сравнение предложений от русских и чешских туроператоров по выбранным категориям	22
7.1 Сравнение структур предложений	22
7.2 Сравнение условий проживания	22
7.3 Сравнение вариантов питания	23
7.4 Сравнение пакета услуг	23
7.5 Сравнение цен	24
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	25

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	26
РЕЗЮМЕ.....	30
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	31

ВВЕДЕНИЕ

Туризм – это широкое понятие, которое включает в себя множество материальных и нематериальных благ. В этой сфере они продаются и предоставляются. Туризм представляет комплексную систему взаимосвязанных отраслей, являясь одновременно видом деятельности, формой рекреации, отраслью национальной экономики и способом проведения досуга.

Туризм относится к сфере обслуживания, где турагентства ориентированы на клиента, чтобы удовлетворить его потребности и учесть все пожелания.

Туристическая деятельность в наши дни очень популярна, она составляет значительную часть мировой экономики. По данным Интерфакс-Туризм (поставщик ежедневных новостей по теме туризма и отдыха), туризм является отраслью, которая приносит высокий доход, где по данным за 2018 год туристы по всем мире потратили 1,7 триллионов долларов, что на 4% больше, чем годом ранее.

Так как эта тема очень обширная, она будет направлена на одну страну – Турция.

Работа разделена на теоретическую и практическую части. В теоретической части необходимо рассматривать туризм, как систему, которая включает в себя и такие аспекты, как услуги по проживанию, туристические достопримечательности, транспорт, службы питания, организации, и посредников. Потом необходимо дать определение таким понятиям, как туризм, турист, бюро путешествий, туристическое агентство, рынок туризма, для того чтобы правильно владеть этой терминологией в данной области. Также в теоретической части будет сказано, как возникали и развивались турагентства в России и в Чехии, будет дана характеристика лидирующим русским и чешским турагентствам. Последняя глава теоретической части будет посвящена Турции, а также международным отношениям между Россией и Турцией, и между Чехией и Турцией, и будет уделено внимание инфраструктуре данной страны, для понимания условий развития туризма в ней.

На теоретическую основу работы будет опираться практическая часть, где будут проанализированы структуры туристических предложений, которые предлагают чешские и русские турагентства. Туры будут проанализированы по основным категориям, и можно будет дать итоговую оценку проанализированным данным. Внимание будет уделено статистическим данным, ссылаясь на официальные туристические источники (напр. Государственный институт статистики).

В конце работы будет прикреплен тематический словарь на основе материалов сопоставляемых текстов и заключение на основе проанализированных данных.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

I. Туризм и его составляющие

Для изучения и понимания туристического пространства необходимо рассматривать туризм как систему, поскольку туризм связан с географической, социальной и производственной системой, и к тому же захватывает различные аспекты научных дисциплин, это и порождает множественность его определений. Поэтому необходимо правильно понимать значение основной терминологии в данной теме.

Впервые, термин «туризм» (tourism) был употреблен В. Жекмо в 1830 году. Слово имеет французское происхождение и «tour» переводится, как прогулка. Когда внутренний туризм стал активно развиваться и начали создаваться международные туристические организации и агентства, туризму дали общепринятое определение.

Первое определение, которое более точно определяло туризм, дали в 1954 году профессора Ф. Хунцикер и К. Крапф, звучит следующим образом: «туризм – это ряд явлений и взаимоотношений, возникающих в результате путешествия людей, до тех пор, пока это не приводит к постоянному пребыванию и не связано с получением какой-либо выгоды» (Станкович Стеван, 1979 : 59).

В 1981 году на Всемирной конференции в Мадриде туризм получил немного другое толкование: «один из видов активного отдыха, представляющий собой путешествия, совершаемые с целью познания тех или иных районов, новых стран и сочетаемые с элементами спорта» (М.В. Ефремова, 2004 : 88-102).

Если опираться на вышеуказанные определения, и в целом, посмотрев на то, что туризм стал неотъемлемой частью нашей жизни, у многих туризм ассоциируется с отдыхом, с новыми впечатлениями, с познанием культуры и народов других стран. В течение времени туризм стал оказывать огромное влияние не только на человека, расширяя его познание, но и на экономику, и на такие ключевые секторы хозяйства, как транспорт, связь, торговля и т. д. В связи с тем, что туризм является межотраслевой системой экономики, охватывающей не только средства размещения, но и транспорт, связь, развлечения и многое другое, эта сфера влияет на каждый континент, государство или город.

Риглова и коллектив (Ryglóvá, 2011 : 213) в своей книге утверждает, что сфера туризма включает в себя также и другие секторы, а именно услуги по проживанию, туристические достопримечательности, транспорт, службы питания, организации, и посредников.

Все секторы плотно связаны между собой и реализовать туризм без этих компонентов не представляется возможным.

1.1 Основные туристические термины

Каждая сфера деятельности человека и особенно профессиональная, обладает определённой терминологией. Особенно сфера туризма, которая стала очень популярной в наши дни. Понятия и определения приняты за основу, что позволяет правильно использовать данные термины, когда мы говорим о туризме.

В предыдущей главе было дано определение туризму, а именно, что это временный выезд людей в оздоровительных целях или для удовлетворения познавательных интересов в свободное время.

Другой термин, который неразрывно связан с туризмом это путешествие. Это довольно обобщенное понятие, которое характеризует перемещение людей. Например, Квартальнов описывает путешествие как «перемещение людей во времени и пространстве, а человек, совершающий путешествие, независимо от целей, направлений, средств передвижения и временных промежутков, именуется путешественником» (А. В. Квартальнов., 2002 : 15).

Кроме термина путешественник, можно столкнуться с таким понятием, как турист. Этот термин гораздо чаще используется в специальной литературе и в обиходной речи. Турист – это «потребитель тура, туристского продукта или туристских услуг; временный посетитель местности, населенного пункта, территории или страны независимо от его гражданства, национальности, пола, языка и религии; находящийся в данной местности не менее чем 24 ч, но не более 12 месяцев в течение календарного года, или находящийся вне места своего проживания в пределах своей страны и осуществляющий по меньшей мере одну ночевку; путешествующий ради удовольствия или с познавательными, лечебными, деловыми целями и не занимающийся при этом деятельностью в месте временного пребывания, оплачиваемой из местного, источника.» (А. В. Квартальнов., 2002 : 18).

Рынок туризма – "это система отношений (экономических, социальных, юридических), связывающих производителей тур продукта и потребителей, которые заинтересованы в определенном виде турпродукта, которые имеют возможность продавать и покупать их" (Т. А. Флорова, 2010).

Другими немаловажными терминами являются туристическое агентство и бюро путешествий, являются одними из важнейших субъектов в туризме.

Бюро путешествий – это предприниматель, который уполномочен организовать, предлагать и продавать туры на основе концессии (Protravel, 2020). Бюро путешествий разрабатывает туристические маршруты, туры; обеспечивает их функционирование, организует рекламу.

С другой стороны, туристическое агентство — это предприниматель, уполномоченный предлагать, продавать и посредничать в продаже отдельных туристических услуг (например, транспорт, проживание, питание, услуги гида и т. д.), а также организовать, продавать комбинацию отдельных туристических услуг (Protravel, 2020).

Это огромная система, где взаимодействуют предложение туроператора, спрос, цена и конкуренция на этот продукт. Это система, где продукт или услуга формируются на других компонентах, например транспорт, проживание и питание и т.д.

Туристическое агентство в зависимости от пожеланий клиента, предлагает ему на выбор туристическую дестинацию. В своем словаре по туризму С. Медлик дает определение туристической дестинации – это "страны, регионы, города или другие территории, которые посещают туристы," (С. Медлик, 1993) то есть это некое пространство, куда намерен съездить турист, провести время с целью познания и получения новых

впечатлений. Дестинация может быть разных масштабов, например другая страна, остров или соседний город.

Следовательно, в турагентство обращается турист, чтобы найти для себя подходящую поездку или же тур, и в дальнейшем отправиться в путешествие в выбранное туристическое направление. Туристическое агентство предлагает свои услуги, составляет подходящий маршрут, берет во внимание все пожелания своего клиента и сопровождает его во время всей поездки. Кроме того, престижные турагентства имеют своего представителя в каждой стране, куда предлагают свои услуги, чтобы в случае каких-либо проблем туристу была оказана помощь.

1.2 Основные виды турагентств

Турагентства можно разделить на несколько видов, но несмотря на это, у всех у них есть общие функции. Во-первых, это организационная функция, это составление маршрутов, которые в последствии предлагаются клиенту. Во-вторых, это посредническая функция, так как турагентство предоставляет свои услуги клиенту, и в-третьих, это торгово-банковская функция, занимается продажей дополнительных туристических товаров, например страхование туриста, или обменные операции (Н.В. Чоренькая 2006 : 264).

Роль деятельности туристических предприятий довольно многообразна и зависит от цели реализации, услуг, функций и ресурсов, которые при этом задействуются. В туристической индустрии выделяют несколько видов предприятий, которые различаются между собой разнообразным спектром услуг. Кроме туристического агентства, о котором было сказано ранее, на рынке туризма функционируют следующие коммерческие туристические организации, например: бюро экскурсий, но и также некоммерческие, например туристический клуб.

Темный Ю.В (2010 : 107), классифицирует турагентства по следующим признакам:

- "национально-территориальному: международные, региональные и национальные организации.;
- общественно-государственному: правительственные, общественные, частные;
- по виду деятельности: рыночные агенты, консультанты, проектные организации, обучающие организации, торговые и потребительские организации;
- по сфере деятельности: транспортные (авиационные, автобусные, железнодорожные, автомобильные и круизные), туристские агенты, туроператоры, локальные профсоюзы."

Как можно заметить сфера туризма довольно разнообразна, занимает свое определенное место на рынке, деятельность в туризме требует высокой квалификации и профессионализма.

1.3 Развитие турагентств в России

Туризм в России имеет свою историю развития, историки выделяют в ней наиболее важные периоды, которые имеют свои характерные особенности. Наиболее характерными периодами считаются просветительский, предпринимательский,

послереволюционный период, переходный период, советский туризм и современный этап развития туризма.

Просветительским считается период до 90-х г. XIX в. Тогда первые путешествия были связаны с познанием и с просвещением себя. Знакомство с культурой и с религией других народов. Тогда проводились экскурсии по социальным программам, но эта возможность была открыта для интеллигенции России (Россия. Все о России, 2010).

Предпринимательский период (1890-1917 гг.) характеризуется тем, что постепенно начинают появляться первые туристические организации, направленные на туризм, но в тоже время путешествия с целью изучения географии, геологии, этнографии, флоры и фауны. В предпринимательский период формируется туристическая инфраструктура – рестораны, транспортная сеть, отели, но и также туристический рынок, когда появляются туристические фирмы, общества бюро (М. М. Киреева/А. П. Вострова, 2018 : 30).

Послереволюционный период туризма в СССР, характеризуется тем, что развивается социально массовый туризм, создаются экскурсионные и туристические движения. В 1920 году открываются первые шесть экскурсионных станций, через год основывается Научно-исследовательский экскурсионный институт. В 1923 году открывается акционерное общество "Советский турист – Совтур", и также общество по иностранному туризму "Интурист". Активно развиваются экскурсионные поездки по плановым маршрутам самостоятельный туризм (Kolal.ucoz, 2010 : 6).

В 30-ые годы начинается период советского туризма, когда активно продолжает развиваться общество "Интурист". В 1933 году «Интурист» получил собственную национальную туристическую сеть отелей и даже туристических автомобилей. В советское время туризм воспринимался в качестве награды за хорошую работу, лучшие сотрудники получали путевки в санатории, в то время это была часть социального пакета. Вторая мировая война негативно отразилась на туризме, но вскоре выездной туризм стал возможен для большинства людей, и требовал многочисленные документы и разрешения от начальства. В 1964 году были приняты меры, направленные на улучшение условий для советских граждан, и более 900 тысяч советских туристов выехали за границу. Оформление виз, резервация отелей были возможны только через сертифицированных посредников. Внутреннему туризму во многом помог Центральный совет по туризму и экскурсиям (ЦСТЭ). В 1975 году ЦСТЭ стал одной из крупнейших туристических организаций мира. Для студентов были созданы специальные программы для путешествий, чтобы была возможность дешево путешествовать по стране (Sonar2050, 2018).

Переходный период в России начался в 1990 году. Основан на законах, принятых в Кодексе Российской Федерации. Формируется рынок туризма, открываются малые и средние предприятия и возникают новые направления выездного туризма, например с целью шопинга (М. М. Киреева/А. П. Вострова., 2018 – 33).

Современный этап развития туризма представляет собой структурированный комплекс, все отрасли туризма развиваются, что показывает конкуренция на рынке туристических фирм. В последнее время заметна поляризация туризма (М. М. Киреева, А. П. Вострова., 2018 : 34), так как турфирмы находят подход как для бюджетного туриста, предлагая

более дешевые туры, но также в ассортименте услуг присутствуют дорогие путевки для состоятельного населения страны.

1.4 Развитие турагентств в Чешской Республике

Подъем экономики в половине XIX века привел к тому, что туризм в Чешской Республике начал развиваться. Причиной послужил рост урбанизации, индустриализации и развитие транспорта. В результате развития промышленной революции уровень жизни населения стал увеличиваться. Улучшилась транспортная база туризма, строились отели, спортивные объекты и базы отдыха.

Тогда промышленная революция была главной предпосылкой для развития туризма. В первую очередь в Чехии начинает развиваться курортный отдых, а именно термальные курорты. Начинают развивать туристическую деятельность такие организации, как "ЃEDOK", "Клуб чехословацких туристов" и "Чехословацкие государственные курорты с горячими источниками".

В начале XX века начинается масштабное строительство отелей, создаются предприятия направленные на туристическую деятельность (в 1920 году начинает свою предпринимательскую деятельность фирма "ЃEDOK", которая в кратчайшее время заняла лидирующую позицию на рынке), но и такие объединения, как "Клуб чехословацких туристов", который активно развивал свою деятельность в 1918-1938 годах. Следующим шагом было возникновение независимого государства – Чехословакии (Czso, 2011 : 21).

В связи со Второй мировой войной развитие туризма приостановилось, что негативно отразилось на этой области. Были введены политические меры, затруднявшие выезд за границу и со временем туристические клубы, были отменены. Благодаря национализации в 1948 году, возникают национальные предприятия, например "Чехословацкие государственные курорты с горячими источниками", развивается сеть профсоюзных домов отдыха.

Большое внимание уделяется строительству курортных комплексов рядом с горами или же с водохранилищами. Определенным феноменом того времени стали поездки на выходные.

Радикальные изменения в 1989 году привели к тому, что произошла приватизация предпринимательских субъектов, как курортных учреждений, так и туристических агентств. Постепенно стала возобновляться инфраструктура туризма (отели и рестораны), появляется конкуренция на рынке туризма. Ключевым фактором стало открытие границ и отмена виз.

Управление и организация туризма стали демократичными, а новые концепции и программы в области туризма стали инструментами в развитии государственной и региональной политики (Muni, 2013).

II. Характеристика выбранных русских туристических агентств

Деятельность турагентств связана с тем, что предлагают свои услуги, помогают клиенту ознакомиться с возможностями отдыха и путешествия, продвигают свой продукт посредством рекламы, подбирают тур с учетом пожеланий, бронируют билеты или занимаются оформлением виз.

На сайтах турагентств представлена общая характеристика предприятий, с которой клиент может ознакомиться самостоятельно. Во-первых, это логотип или название фирмы, далее следует номер действующей лицензии, благодаря ей турагентство имеет право заниматься своей деятельностью, потом представлен адрес турагентства, перечень услуг и отзывы клиентов. Также каждая туристическая компания занимает свое место в рейтинге, который будет полезен путешественникам для ознакомления и для дальнейшего выбора турфирмы.

На сайте travelata.ru (Travelata, 2019) можно найти рейтинг туроператоров России за 2019 год. По количеству баллов (максимум 100 баллов) клиент может получить представление о турфирме, оценивается рейтинг надежности компании и опыт работы на рынке туристического бизнеса. Турагентства, которые занимают первые наивысшие позиции в рейтинге на этом сайте – это ANEX tour, TUI и PEGAS touristik.

ANEX tour – компания была открыта в 1996 году. На данное время занимает первое место в рейтинге, что составляет 98 баллов из 100. Турагентство предлагает широкий выбор стран, отелей (апартаментов и гостевых домов), сотрудничает с крупными перевозчиками, а также с надежными страховыми компаниями (Аэрофлот, Emirates, Росгосстрах). Клиент может выбрать любую из 51 страны. Компания не стоит на месте предлагает самые необычные направления и новые маршруты. Офисы расположены в разных странах, что обеспечивает круглосуточную поддержку своим клиентам от встречи в аэропорту до страхового случая (ANEX tour).

TUI – занимает второе место в рейтинге среди русских турагентств, что составляет 96 баллов из 100. Уже как 10 лет предлагает свои услуги в России. Компания предлагает пляжный, экскурсионный и горнолыжный отдых на массовых туристических направлениях, включая ОАЭ, Турцию, Испанию, Италию, Тунис, Грецию, Болгарию, Андорру, Хорватию и т.д. (TUI) Турагентство " TUI " предлагает не только выездной туризм, но и внутренний, например на Сахалин, на Байкал и другие регионы страны. Организуются туры, как на базе регулярной, так и чартерной перевозки. Компания старается ориентироваться на клиента, как на практичного туриста, так и на туристов, которые привыкли к высокому уровню сервиса.

PEGAS touristik – занимает третье место в рейтинге среди крупнейших туристических компаний. Основана в 1994 году. Это универсальная и современная компания, которая предлагает туры по России и поездки за рубеж. Работает с ведущими авиакомпаниями, как Аэрофлот и TURKISH AIRLINES. Организуют групповые, индивидуальные, корпоративные, спортивные и VIP туры. Клиентам предоставляется возможность оформить туры и заказы онлайн на регулярные рейсы по всему миру (PEGAS touristik).

III. Характеристика выбранных чешских туристических агентств

В 2020 году были названы наилучшие турагентства в Чешской Республике. В список входят: Invia, Fischer, TravelPortal.cz, Exim tours, Zájezdy.cz, Dovolená.cz и Sdovolená.cz (Šnej, 2016-2020). Турагентства имеют свои преимущества и недостатки и предлагают разный спектр услуг. Среди перечисленных турагентств по своей популярности выделяют: Invia, Fischer и Exim tours.

Invia – является одним из самых больших турагентств в Чехии, которое было основано в 2002 году. В целом, в Чехии и в Словакии на данный момент открыто 300 филиалов. Агентство предлагает провести свой отпуск у моря или же в горах, при желании клиент может оформить и оплатить заказ на сайте, также можно застраховать свое путешествие и забронировать автомобиль или купить билеты на культурные и спортивные мероприятия (Invia).

Fischer – турагентство, в основном, специализируется на авиа турах к морю. В среднем, за год агентство отправляет 130 тысяч клиентов до несколько десятков морских курортов. На сайте представлен широкий выбор туров, а также онлайн-мониторинг горячих путёвок, чтобы у клиента была возможность, забронировать или купить по более удачной цене. Клиент может выбрать и оплатить понравившийся тур в любую точку мира. На сайте турагентства каждый день появляются новые предложения (Fischer).

Exim tours – фирма была основана в 1993 году и до сих пор динамично развивается на чешском рынке. В настоящее время с турагентством путешествует более чем 200 человек. У компании имеются дочерние предприятия в Польше, в Венгрии и в Румынии. Основную торговую политику представляют такие летние направления как Турция, Тунис, Греция и Египет. Зимой пользуются спросом экзотические страны как: Объединённые Арабские Эмираты, Доминиканская республика, Куба и Канарские острова (Zájezdy.cz, 2003-2020).

IV. Характеристика выбранной туристической дестинации.

В следующей главе внимание будет уделяться туризму в Турции. Прежде всего его текущему положению и характеристике данной страны. Ежегодно Турция является популярным направлением для многих иностранных туристов. Будут проанализированы некоторые из услуг, которые мы можем встретить в туристической индустрии. Будет затронута тема международных отношений между Турцией и Россией и, между Турцией и Чехией. Также инфраструктура страны, которая поддерживает туризм уже многие годы.

4.1 Основная информация (географические данные, условия для развития туризма)

Для лучшего понимания страны необходимо рассказать о самой стране, где она находится, какая культура отдыха и религия этой страны и как это влияет на развитие туризма в ней.

Турция, или же Турецкая Республика, является демократическим государством. Анкара, является столицей с населением (Tuik.gov, 2020) 5.639.076, остальные крупные города в Турции: Измир, Стамбул, Бурса и Анталия. Местная валюта – турецкая лира.

Ссылаясь на портал tureckem.cz (Tureckem, 2015), единственным официальным языком в Турции считается турецкий, второй язык, который можно услышать на востоке страны и на котором говорит малая часть населения – это курдский. Образованная часть населения и молодежь свободно владеет английским языком, но в крупных городах и в отелях можно встретить русскоязычный персонал (Travelinka, 2019).

В настоящее время по официальным данным в целом в стране проживает 83.154.847 человек (Tuik.gov, 2019). Большая часть страны находится в Азии, а остальная часть расположена на юго-востоке Европы (Международная ассоциация туризма, 2009). Турция граничит с несколькими государствами и морями. На северо-востоке граничит с Грузией, на востоке с Арменией, Азербайджаном и Ираном. На юго-востоке с Ираком и Сирией. Юг страны омывается Средиземным морем, на западе Эгейским морем, на севере Черным морем. Европейская часть страны, или же западная, граничит с Грецией и с Болгарией.

Посмотрев на Турцию сверху, страна похожа на прямоугольник. Общей площадью 783.562 кв.км (Turktrip, 2020). Так как Турция занимает довольно большую территорию, там можно обнаружить пять климатических зон (Inasto, 2009).

Средняя температура летом достигает (+23 °C - +33 °C), а зимой тоже теплая погода (+13 °C до +15 °C). Температура моря достигает в среднем 23 градусов тепла.

Самая длинная река – Евфрат, с протяженностью 2760км. Немалую часть страны занимают горы. Высота самой высокой горы Арарат составляет – 5166м. Самой низкой точкой считается Средиземное море.

В Турции имеется несколько вероисповеданий, но основной религией все-таки является ислам. На мой взгляд, если турист хочет посетить новую для него страну, ему необходимо знать о религии в ней, так как вероисповедание влияет на культуру и на

обычай. Большинство населения в Турции исповедуют ислам, для верующих – это образ жизни, основа семейных и правовых отношений, свод традиций и обычаев (Pravmir, 2012). Другая часть населения, а это 10% исповедует другие вероисповедания, например христианство или иудаизм.

В любом исламском государстве, как и в Турции нельзя относиться пренебрежительно к религии, существует негласный «дресс-код», которому лучше придерживаться, особенно женщинам, например прикрывать плечи и ноги (Hierapolis-info, 2019).

Турция является унитарным государством, смешанная республика особого типа. Действующая конституция была принята в ноябре 1982 года (Catalog.fmb, 2011). Европейская история Турции началась в 1923, когда было основано государство. После окончания второй мировой войны Турция начала принимать участие в международных акциях, и в 1948 году вошла в состав Организации по экономическому сотрудничеству и развитию (MZČR, 2020). Несколько раз Турция была кандидатом для вступления в Европейский союз, но пока переговоры были решены не в ее пользу.

Культура отдыха в Турции достаточно многообразна, но можно разделить ее на две основных категории. Во-первых, это отдых у моря, большинство туристов ищут отдых на побережье Средиземного и Эгейского морей. Турецкая Ривьера расположена рядом с городами Анталия, Алания, Белек и Кемер. Рядом с этими городами расположены огромные гостиничные комплексы, которые предлагают ряд услуг на европейском уровне (Turecko-dovolena, 2010). Вторую категорию составляет всемирное культурное наследие ЮНЕСКО, на территории Турции находится 13 объектов (UNESCO, 1992 – 2020).

Визовая политика достаточно лояльная. Для России и Чехии в Турцию действует безвизовый режим. Россиянам разрешен въезд на срок до 90 дней за период в 180 дней (TEZ-TOUR, 2001 – 2020), те же самые условия на въезд для чешских граждан, но в обоих случаях необходимо с собой иметь действующий загранпаспорт (MZV). Этот факт является большой выгодой, если человек хочет посетить страну с целью туризма.

4.2 Международные отношения с Турцией

В течение долгого времени выстраиваются международные отношения с государствами, заключаются договоры, например дипломатические документы или проекты, но и также между государствами могут накладываться санкции. Все это безусловно влияет на взаимоотношения между государствами. Поэтому в следующей подглаве будут рассмотрены международные отношения с Турцией.

Турция – это страна с многолетней историей и на протяжении последних 20-ти лет старается выстраивать со многими государствами торговые отношения, в том числе с Россией и с Чехией. (BusinessInfo, 1997-2020).

Взаимоотношения между Россией и Турцией имели свои взлеты и падения. Отношения между странами ухудшились, когда турецкие войска сбили русский военный самолет СУ-24, тогда 24 ноября 2015 года все контакты с Турцией были приостановлены на семь месяцев. Российское правительство наложило санкции, а именно запретило на этот период продавать путевки в Турцию, чартерные рейсы были запрещены, торговые отношения тоже были прекращены и были введены визы для турецких граждан (Meduza,

2020). После официального извинения президента Турции отношения между государствами стали налаживаться и продолжают развиваться во всех направлениях. На сегодняшний день между странами развиваются торгово-экономические отношения, например строительный сектор, туризм и культура.

Туризм между государствами влияет не только на экономику, но и на культурные контакты. Турция уже многие годы является круглогодичным курортом с хорошим сервисом и с доступными ценами (Торвар, 2011). Также 2019 год был объявлен годом культуры и туризма России и Турции. За год были организованы выставки, концерты, форумы с участием представителей России и Турции (Тvkultura, 2020). Посольства России в Турции находятся в Стамбуле, в Анталье, в Измире и в Трабзоне, туда могут обратиться русские граждане за консульскими службами (Turkey.mid, 2020).

Чешско-турецкие двусторонние отношения традиционно дружеские. Дипломатические отношения с Турцией были установлены в 1924 году, через год после создания Турецкой Республики. Центр взаимоотношений находится в сфере бизнеса и экономики, а также в сфере инвестиций. Взаимное деловое сотрудничество имеет долгосрочную тенденцию роста.

Также между государствами проходят культурные акции, например выставка «Czech Press Photo» на кинофестивале в Стамбуле. В 2019 в посольстве Чешской Республики в Анкаре была проведена выставка, посвящённая современному чешскому дизайну. В 2020 году прошла 47-я Международная детская выставка изобразительного искусства в Лидице. Турция приняла участие, на выставке было представлено 410 работ (MZV).

Между странами подписан ряд соглашений, например соглашение о воздушном сообщении, договор о социальном обеспечении, соглашение между правительством Чехословацкой социалистической Республики и правительством Турецкой Республики о сотрудничестве в области туризма и мировом соглашении. С 1 июня 2020 года будет открыто регулярное воздушное сообщение между Прагой и Измиром. Предполагается, что рейс будет осуществляться раз в неделю. Компания «SunExpress» добавит новый рейс к уже существующему прямому рейсу Прага - Анталия. Посольство Чешской Республики в Турции находится в столице страны – в Анкаре (MZV).

В рамках ЕС Чешская Республика всегда поддерживала продолжение переговоров о вступлении Турции в качестве важного стратегического партнера. Альянсы в НАТО играют важную роль в обеспечении безопасности.

Между обеими сторонами проводятся регулярные политические консультации как на самом высоком уровне, так и на уровне отдельных министерств и парламентских комитетов. Встречи также проводятся на многосторонних форумах.

4.3 Инфраструктура туризма в Турции

Главная составляющая туризма – это его инфраструктура. Инфраструктура туризма – это комплекс сооружений, обеспечивающий доступ туристов к туристическим ресурсам. Туристическую инфраструктуру разделяют на общую и специфическую. К общей инфраструктуре относятся такие отрасли, которые также и поддерживают государство, например электричество и водоснабжение. К специфической инфраструктуре относятся

элементы для поддержки туризма, например транспортные средства, культурно-спортивные комплексы и информационно-туристические центры (POZNAŲKA, 2016).

Транспортная инфраструктура – это совокупность видов транспорта, которые осуществляют перевозку пассажиров или грузов. Для туризма транспортная инфраструктура необходима, она помогает туристу достигнуть конкретной дестинации и, также использовать транспорт внутри этой страны. В туризме задействовано 4 основных вида перевозок: автомобильные (автобусные), железнодорожные, водные и воздушные.

Авиасообщение в Турции развито очень хорошо. За 2018 год зарегистрировано вместе с международными и внутренними, в целом 772.926 рейсов (KNOEMA, 2018). Авиакомпания Turkish Airlines является крупной турецкой авиакомпанией, которая осуществляет перевозки по всему миру.

Аэропорт имени Ататюрка в Стамбуле является один из самых больших в Турции, за год через него проходит 65 миллионов пассажиров. Аэропорт принимает международный и внутренние рейсы, и состоит из двух терминалов. Международный аэропорт предоставляет ряд услуг: магазины, банкоматы, обмен валют, рестораны, аренда автомобилей и отель. До аэропорта можно добраться, как на личном транспорте, так и на общественном, например на поезде или на автобусе. Также выгодой для русскоязычных туристов будет, что указатели в аэропорту не только на английском, но и на русском языке (TOP-TRIPS24).

С растущим пассажиропотоком в 2001 году был построен второй аэропорт им. Сабихи Гекчен. На данный момент занимает 14-ое место по загруженности в Европе. Возможны внутренние и международные рейсы (TOP-TRIPS24).

Для средиземноморского отдыха подойдет аэропорт в Анталье, большинство туристов прилетают именно туда. За год аэропорт обслуживает 30 миллионов пассажиров. В аэропорту два международных терминала и один для внутренних рейсов, между терминалами курсирует автобус (TOP-TRIPS24).

Железнодорожный и автобусный транспорт пользуются таким же успехом. Раньше железные дороги использовались только для осуществления торговли, но в наши дни многие стали использовать железнодорожное сообщение, чтобы добраться в соседние города. Поезда комфортабельны и незначительно дороже автобусов. Турецкие поезда осуществляют сообщения по главным направлениям, например Стамбул – Анкара, Стамбул – Измир (TOURWEEK, 2010).

Туристы могут воспользоваться общественным транспортом. Турецкие местные мини-автобусы называются «долмуш», автобусы курсируют по самым популярным маршрутам, проезд оплачивается при входе в транспорт, цена зависит от протяженности маршрута от 0,5 до 3 долларов (TOURWEEK, 2010).

Турция омывается морями, поэтому в этой стране неизбежен морской транспорт. Главные порты находятся в Анталии, в Стамбуле и в Измире, там проходит сообщение морскими катерами, теплоходные и паромные рейсы. Государственная компания «Turkish Maritime Lines» и несколько других компаний, которые занимаются морскими

перевозками. Частные компании проводят морские прогулки и экскурсии для туристов (TOURWEEK, 2010).

Информационно-туристический центр – это один из компонентов туристической инфраструктуры. Это сервисная служба, предоставляющая информацию о городе, о данной стране, о местных достопримечательностях, об экскурсиях и об истории данного региона. В информационно-туристическом центре всегда можно найти карты и буклеты, которые находятся в свободном доступе. Кроме того, можно приобрести сувениры или обменять деньги (TurPravda, 2006-2020).

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

В практической части необходимо проанализировать туры от выбранных турагентств, о которых было сказано ранее. Сравнить туры от русских и чешских турагентств в Турцию по основным категориям (сравнить структуру предложений, условия проживания, питание, услуги и цены). В Турцию ездят чаще всего к морю, это пляжный отдых, или иначе поездка с целью отдыха, а другой тип поездок – это экскурсионные туры. Необходимо рассмотреть и сравнить типологию предложений, проанализировать в чем схожи или же различны предложенные туры. Для удобства сравнения предложений, цены за тур будут указаны в долларах по сегодняшнему курсу. Во время анализа будут анализироваться предложения на текущий 2020 год.

V. Анализ туров от выбранных русских туроператоров в Турцию по основным категориям (структура предложений, условия проживания, питание, пакет услуг, цены)

Во второй главе были приведены такие русские турагентства, как – ANEX tour, TUI и PEGAS touristik. Рассмотрим каждое турагентство отдельно и посмотрим какие путевки предложены на сайтах турагентств.

Структура предложений ANEX tour

Турагентство ANEX tour предлагает две категории поездок, первая это экскурсионные туры, а вторая категория — это поездка с целью отдыха.

На сайте турагентства подробно расписаны экскурсионные маршруты, которые по прилету в Турцию можно приобрести у местного туроператора и совместить с пляжным отпуском. Кроме того, турагентство предлагает комбинированные туры по Турции, например тур Стамбул + Ялова или Стамбул + Каппадокия. Это целые маршруты на 6-7 дней с подробной программой на каждый день. Цены на такие туры определяются по запросу.

Конкретнее о предложениях поездок с целью отдыха. При выборе тура в курортный город, турагентства предлагают выбрать систему все включено, чтобы не тратить время на лишние хлопоты, потому что питание в отелях разнообразное и на любой вкус (Ola, 2019). Покупая уже готовую путевку, турист может сэкономить.

Условия проживания

Выбирая путевку на сайте турагентства, необходимо заполнить параметры, охватывающие основные условия путешествия. Нужно указать государство, город, желаемые даты, количество туристов, выбрать тип номера (DBL - двухместный номер, SGL - одноместный, DBL + CHD - двое взрослых и ребенок, DBL + 2 CHD - двое взрослых и 2 детей). Выбирая на сайте ANEX tour отель, клиент может выбрать для себя подходящую категорию проживания, например: рекомендуем, молодежный, обновленный, для детей, эксклюзив и для взрослых. При выборе отеля турист на сайте может ознакомиться с его услугами. Услуги могут быть основными и дополнительными,

к основным относят услуги по проживанию и питанию, а дополнительные услуги могут отличаться между отелями.

Питание

На выбор предлагается питание по типу (BB - завтрак, HB - завтрак и ужин, FB - завтрак, обед и ужин, AI - Все включено, UAI - ультра все включено).

Пакет услуг

Хотелось бы отметить, что турагентство ANEX tour предлагает памятку туристам, въезжающим в Турцию. Памятка в свободном доступе и ее можно скачать на сайте, турист в ней найдет информацию о том, как подготовиться к путешествию, как пройти таможенный контроль, какие традиции и обычаи в стране, какой транспорт и где арендовать машину и куда обращаться за экстренной помощью, например случайная травма, потеря багажа. Также турагентство ANEX tour предлагает заранее обезопасить себя и поездку, оформив страховку и ведущих страховых агентств «Ингосстрах» и ERV. На сайте турагентства есть подробная информация о курортных налогах и сборах по каждой стране, поэтому турист может спланировать свой бюджет заранее. Клиенту предоставляются и другие услуги, как бизнес-залы в аэропорту, выбор места в самолете, поздравление на борту или заказ трансфера.

Цены

Цены на пляжный отдых варьируются от 500 до 1300 долларов. На данный момент турагентство ANEX tour не предоставляет скидку, но при желании клиент может подождать горячие предложения, где цена будет значительно ниже. Любое изменение в параметрах влияет на цену путевки, в том числе и тот факт, когда производится покупка тура, если покупать заранее «First Minute» или за несколько дней до отлета «Last Minute». В Турцию предлагают турагентства только авиасообщение, и цена перелета уже включена в путевку. Турагентства предлагают клиенту на выбор чартерный или же регулярный рейс, этот параметр влияет на итоговую цену.

Структура предложений турагентства TUI

Турагентство TUI предлагает три категории поездок, первая это комбинированные экскурсионные туры, вторая категория — это морские круизы и третья – это поездка с целью отдыха.

Турагентство TUI предлагает тоже комбинированные экскурсионные туры, как и турагентство ANEX tour. На сайте присутствует подробное описание экскурсионной поездки в Памуккале, в Каппадокию, в Стамбул, в Мармарис и в другие города. Приобрести экскурсии и получить подробную информацию о наличии, стоимости и ассортименте экскурсий можно у гида по приезду в отель.

На сайте турагентства TUI можно приобрести морские круизы, можно выбрать отправление в порту Кушадасы, в Стамбуле или в Анталии. Морские круизы являются запланированными поездками, например на сайте представлен тур на 3 ноября 2021 года, его продолжительность 10 дней, круиз охватывает 10 портов, и цена за одного взрослого человека составляет 8400 долларов. Конечно, можно подобрать и более бюджетный вариант, тур называется "Греческие острова", лайнер отправляется из

Стамбула. В программу входит посещение островов Крит и Санторини в Греции, и потом лайнер прибывает в тот же порт в Стамбуле, такое путешествие длится 10 дней и туристу обойдется в 1700 долларов.

Пляжный отдых турагентство TUI разделяет на четыре категории: "SMART" – или же современный подход к отдыху, когда звёздность отеля не имеет никакого значения, главное, чтобы клиент фокусировался на своих эмоциях и впечатлениях; "FUN&SUN" – семейный отдых, отели преимущественно на первой линии, развлекательная программа для детей и для взрослых; "DAY&NIGHT" – молодежный отдых, новые знакомства и впечатления, громкая музыка и яркие шоу; и "Мини Тукан" – отдых с детьми, развлекательные программы для детей от 4 до 12 лет, услуги аниматоров, подарки всем гостям клуба.

Условия проживания

Можно выбрать проживание от двухзвёздочного до пятизвёздочного отеля, или по типу "HV" – размещение в коттеджах, или "Boutique" – отели, оформленные в тематическом стиле (Hotellook, 2017). Турагентство TUI предлагает своим клиентам совершить 3D экскурсию по отелям Турции, прогуляться по территории отеля, посмотреть на комнаты и на саму территорию.

Питание

Питание по принципу: все включено, завтрак, полупансион, без питания или ультра все включено.

Пакет услуг

Турагентства TUI предоставляет круглосуточную службу поддержки клиентов, страхование в известных компаниях, например «ИНГОСТРАХ». Кроме того, первая туристическая российская компания, которая старается соответствовать европейским стандартам, поэтому использует программу "тайный покупатель", чтобы соблюдались стандарты качества услуг. На сайте клиент может самостоятельно проверить статус своего заказа, для этого необходимо ввести номер заказа, серию паспорта туриста и номер паспорта. К дополнительным услугам турагентства относится: возможность приобрести билеты на «Аэроэкспресс», забронировать места в самолете, оформить карту TravelPass, купить подарочные сертификаты, заказать индивидуальный трансфер или купить SIM-карту в поездку.

Цены

Цены на пляжный отдых варьируются от 500 до 2000 долларов. Клиент может получить скидку на следующие путешествия. Каждую неделю по субботам на официальном сайте турагентства и в офисах TUI по промокоду, предоставляется скидка в размере 40 долларов.

Структура предложений PEGAS touristik

Турагентство PEGAS touristik предлагает две категории поездок, первая это комбинированные экскурсионные туры, вторая категория — это поездка с целью отдыха.

PEGAS touristik предлагает индивидуальные и групповые экскурсии. На сайте предоставлены туристические предложения в Анталию (экскурсии с авиаперелётом, исторические туры, развлекательные и познавательные программы, морские путешествия и спа-программы), а также поездки в Даламан, в Бодрум, в Измир и в Улудаг (горнолыжный курорт в Турции). К экскурсиям прилагается программа тура, фотографии, расписание экскурсий. Заказать и оплатить тур можно только в Турции, цена на индивидуальные туры зависит от программы и от количества человек.

При выборе тура с целью отдыха PEGAS touristik, как и в остальных турагентствах необходимо выбрать основные параметры тура, только на этом сайте кроме основных категорий присутствуют еще и дополнительные параметры. Например, к поиску тура можно задать дополнительные опции: оздоровительный отель, размещение с животными, семейный или СПА-отель. Можно выбрать класс перелета (бизнес или экономический), мгновенное подтверждение от отеля, наличие мест на авиарейсах или в какой валюте показывать туры (в рублях или в валюте тура).

Условия проживания

На выбор предоставляются отели от двухзвёздочных до пятизвёздочных, или по типу "NV" – размещение в коттеджах, или "SC" – отели, предоставляющие размещение для одного взрослого и ребенка (Nashaplaneta, 2020). В дополнительных опциях к размещению можно выбрать отели, которые разрешают размещение с животными, семейный отель, отели только для взрослых с возрастной категорией (от 13+ до 18+).

Питание

При выборе тура на сайте PEGAS touristik можно выбрать питание по принципу: все включено, завтрак, полупансион или без питания.

Пакет услуг

Турагентство PEGAS touristik предлагает приобрести тур в рассрочку, заявку на кредит можно подать прямо на сайте, для этого нужно выполнить контактную информацию, выбрать банк, который предоставит рассрочку и отправить запрос. Также клиент может самостоятельно проверить статус заявки. Кроме того, PEGAS touristik предлагает VIP услуги, как VIP трансфер, индивидуальный гид, аренда яхт и VIP залы в аэропортах.

Цены

Цены на пляжный отдых варьируются от 500 до 1300 долларов. На данный момент турагентство PEGAS touristik предоставляет на скидку на все предложения в размере 30%.

VI. Анализ туров от выбранных чешских туроператоров в Турцию по основным категориям (структура предложений, условия проживания, питание, пакет услуг, цены)

В третьей главе были приведены такие чешские турагентства, как – Invia, Fisher и Exim tours. Рассмотрим каждое турагентство отдельно и посмотрим какие путевки предложены на сайтах турагентств.

Зайдя на сайт турагентства Invia необходимо задать параметры поиска: страну, дату отправления и с какого аэропорта планируется вылет, в нашем случае будем рассматривать отправление из Чехии. После этого, в дополнительных параметрах можно выбрать категорию поездки, например тур с целью отдыха или же экскурсионный тур.

Структура предложений турагентства Invia

Турагентство Invia предлагает три категории поездок, первая это комбинированные экскурсионные туры, вторая категория — это морские круизы, а третья – это поездка с целью отдыха.

На сайте турагентства подробно расписаны экскурсионные маршруты, которые можно заранее запланировать, сейчас на сайте предложены туры на сентябрь, октябрь и ноябрь. Клиенту предлагают экскурсионные маршруты по Стамбулу с целью шоппинга, также Принцесы острова и Бурсу. По длительности такие экскурсионные маршруты составляют от 4 до 10 дней. Выбрав понравившийся маршрут на сайте, можно ознакомиться с программой тура на каждый день, то есть от прилета в Турцию, посещения экскурсий и до вылета в Чехию.

Турагентство предлагает круизные лайнеры по Средиземному морю. Во время такого путешествия турист посетит Италию, Грецию и Турцию. Длительность тура зависит от маршрута, в среднем составляет от 10 до 15 дней.

При выборе тура с целью отдыха также необходимо выбрать даты поездки, область поиска, например Эгейская или Турецкая Ривьера, также в параметрах поиска можно указать предпочтительное расстояние от моря.

Условия проживания

Во время экскурсионных туров предоставляется проживание в трёхзвёздочных отелях, что же касается морских круизов, на лайнере предоставляются двухместные или одноместные каюты с/без балкона или целые апартаменты, с формой питания полупансион или все включено. А на туры с целью отдыха на выбор предоставляются отели трёхзвёздочные и пятизвёздочные.

Питание

Во время экскурсионных туров предоставляется питание формой завтраков или полупансион. На сайте Invia для поездок с целью отдыха предоставлены отели с питанием по принципу: все включено, полупансион или ультра все включено.

Пакет услуг

Турагентство Invia предоставляет услуги, как трансфер до отеля, оформления страховок, аренда автомобилей, визовый сервис, можно приобрести подарочные сертификаты и забронировать групповые туры.

Для клиентов 55+, турагентство Invia предлагает субсидированные туры по сниженной цене, такие туры были созданы в сотрудничестве с организациями туристических агентств и правительствами отдельных стран.

Цены

В цену экскурсионного тура входят билеты в Турцию туда и обратно, транспорт из/в аэропорт, транспорт автобусом по Турции, проживание в двухместных номерах и услуги гида. Цены варьируются от 600 до 1200 долларов, на некоторые туры предоставляется скидка в размере 5% и 13%. Цена морских круизов варьируется от 1800 до 4000 долларов. Цена на тур с целью отдыха составляет от 450 до 1600 долларов предоставляются скидки от 11 до 30 процентов.

Структура предложений турагентства Fischer

Турагентство Fischer предлагает три категории поездок, первая это комбинированные экскурсионные туры, вторая категория — это гольф-туры, а третья – это поездка с целью отдыха.

На официальном сайте Fischer на данный момент представлен только один экскурсионный тур в Турцию. Этот тур включает в себя посещение Стамбула, экскурсию по городу, услуги чешско-говорящего гида, морскую прогулку по Босфору и также предоставляет возможность совершить покупки на Гранд-Базаре. Тур длится четыре дня, на все время поездки туристу предоставляется проживание в двухместном номере.

Турагентство Fischer предлагает также гольф-туры. Такие туры проводят не только летом, но и зимой. Первая дата гольф-тура планируется на 21 ноября 2020. В данный тур входит проживание в пятизвёздочном отеле в двухместных номерах, с питанием все включено. Продолжительность поездки одна неделя.

Также турагентство предлагает обзорные экскурсии на выходные и круизные туры, но на данный момент в Турцию такие поездки не планируются.

При поиске тура с целью отдыха на сайте турагентства Fischer нужно указать страну, желаемые даты, количество путешественников и также можно добавить дополнительную комнату для детей. После этого в поисковой системе можно добавить дополнительные фильтры, например расстояние до пляжа. Есть возможность отсортировать предложения от самого дешевого до самого дорогого тура, и выбрать расположение отеля, например Эгейская Ривьера в Бодруме, Эгейская Ривьера в Кушадасы и Турецкая Ривьера.

Условия проживания

На сайте предложены варианты проживания в отелях, семейные номера, апартаменты, студии, виллы или бунгало. Отели предлагают программу для детей, детские бассейны, спортивные залы, и отели с услугой оздоровительных процедур.

Питание

В основном отели предлагают питание формой все включено, но кроме того присутствуют предложения, предоставляющие только питание формой завтраков или полупансион.

Пакет услуг

Турагентство Fischer предлагает своим клиентам следующие услуги: оформление комплексной медицинской страховки от европейской страховой компании ERV, трансферы из/до аэропорта, резервацию мест в самолете. Заранее можно зарезервировать место на парковке и в гостинице, прокат машин и услуги представителя турагентства, предоставление детской коляски и помощь инвалидам во время пути.

Цены

Цена экскурсионного тура составляет 860 долларов для двоих взрослых, в цену включены завтраки, прямой авиаперелет и трансфер до отеля. В цену гольф-тура включен трансфер из/в аэропорт и гольф трансфер. Цена тура составляет 970 долларов, но за авиаперелёт нужно будет заплатить отдельно, это 320 долларов с одного человека. Цена на тур с целью отдыха составляет от 420 до 4400 долларов, на некоторые туры предоставляется возможность внести залог и оплатить тур позднее без изменения цены.

Структура предложений турагентства Exim tours

Exim tours предлагает поездки с целью отдыха и экскурсионные маршруты. Турагентство на данный момент предлагает только одну экскурсионную поездку по Каппадокии-Памуккале. Это комбинированная поездка, кроме посещения достопримечательностей в неё также входит отдых на море. Программа рассчитана на 8 дней и 7 ночей. Это групповой тур, поэтому для его реализации необходимо собрать минимально 8 человек и, в связи с этим ближайший тур планируется только на конец октября. На сайте уже предоставлена информация о точном времени рейсов и возможна резервация поездки. На сайте Exim tours к туру предоставлены фотографии, видео и расположение отелей на карте.

При поиске тура с целью отдыха на сайте турагентства Exim tours нужно указать страну, желаемые даты, количество путешественников или добавить к поиску, что интересуют только горячие туры.

Условия проживания

На сайте предложены варианты проживания в трёхзвёздочных и пятизвёздочных отелях. При бронировании тура у клиента есть возможность выбрать тип номера, например

одноместный или стандартный двухместный номер, и также ознакомиться с услугами конкретного отеля, например спа-процедуры, интернет или обменный пункт.

Питание

В основном на сайте есть отели, предоставляющие питание формой все включено, но кроме того присутствуют отели с питанием формой полупансион или только завтраки. Предоставлена информация о времени завтраков, обедов, ужинов, и времени работы баров при отелях.

Пакет услуг

На сайте турагентства Exim tours предоставлена информация о Турции, не только о том, что посетить, но и о традициях и особенностях данного государства. Агентство предоставляет свои услуги по оформлению медицинской страховки, помогает найти попутчиков, заранее зарезервировать трансфер или приобрести подарочный сертификат или заранее заказать специальное питание на борту самолета. Для клиентов 55+, турагентство Invia предлагает субсидированные туры по сниженной цене.

Цены

Цена экскурсионного тура составляет 2150 долларов для двоих. В нее включены авиабилеты, три ночи в четырёхзвёздочном отеле с питанием полупансион, потом четыре ночи в отеле с питанием все включено, цена за билеты в музей, чешско-говорящий экскурсовод, климатизированные трансферы и туристическая страховка на время путешествия. Цена составляет от 600 до 2000 долларов, при резервации поездки достаточно внести хотя бы 60 долларов. Кроме того, Exim tours предоставляет возможность внести изменения в поездку за 10 дней до отлета.

VII. Сравнение предложений от русских и чешских туроператор по выбранным категориям

Тщательно изучив официальные сайты выбранных чешских и русских турагентств, на основе полученных данных теперь можно сравнить предложения от русских и чешских туроператоров по основным категориям.

7.1 Сравнение структур предложений

Выбранные русские и чешские турагентства предлагают одинаковую структуру предложений для туров с целью отдыха. На сайтах турагентств огромное количество предложений, турист может выбрать любой город в Турции. Поисковая система на сайтах предоставляет любому человеку найти конкретный тур, который будет отвечать его запросу. Это отпуск, который можно приобрести в турагентстве или оформить заказ самостоятельно на сайте.

Структура предложений отличается у экскурсионных туров, где русские турагентства предлагают на выбор разнообразные экскурсии, с которыми можно ознакомиться на сайтах турагентства, но приобрести комбинированный или экскурсионный тур можно только по прилету в Турцию у местного представителя компании. Стоит отметить, что на официальных сайтах ANEX tour, TUI, PEGAS touristik присутствует информация об экскурсиях, к каждой экскурсии прилагается много фотографий и также программа экскурсии, так что клиент заранее может ознакомиться с предложенными экскурсиями и спланировать поездку по своему усмотрению.

В то время как чешские турагентства не предлагают экскурсии, которые можно совместить с пляжным отдыхом, а комплексную поездку, которая направлена именно на познание конкретного города, например маршруты по Стамбулу или тур по региону, например Каппадокии-Памуккале. Количество предложений ограничено, так как экскурсионные туры планируются заранее, и поездка будет осуществлена, если соберется группа с необходимым количеством человек. Клиент может на сайтах ознакомиться с программой экскурсионного тура, который спланирован на целую поездку с расписанием на каждый день.

Также чешское турагентство (Invia) и русское турагентство (TUI) предлагают круизные туры по Средиземному морю.

Одно из главных отличий, что выбранные чешские турагентства предлагают гольф-туры и специальные условия поездок для людей старше 55 лет. Выбранные русские турагентства такие поездки не предлагают.

7.2 Сравнение условий проживания

При выборе отеля в Турции, каждый клиент должен понять для себя, что для него является приоритетным в проживании. Отдельные отели или гостиничные комплексы предлагают отличные друг от друга услуги, и от этого зависит цена за проживание. Количество звезд у отеля влияет на уровень и качество обслуживания, поэтому на каждом сайте есть рейтинг отелей, и также турист после проживания в каком-либо отеле может оставить свое личное мнение на сайте, что в следствии упростит выбор

следующему туристу. На сайтах представлены трехзвездочные отели, но их рейтинг ничем не отличается от четырехзвездочных отелей. Довольные туристы оставляют о них положительные отзывы и рекомендуют их. Отели и с меньшим количеством звезд могут предложить комфортные условия за доступную цену.

Русские и чешские турагентства предлагают разнообразные типы отелей, например оздоровительные, спа-отели, отели только для взрослых или где возможно проживание с детьми. Также поисковая система турагентств предоставляет возможность забронировать двухместные, одноместные, семейные номера или же апартаменты.

Русские турагентства предлагают проживание в двухзвездочных и пятизвездочных отелях, а чешские турагентства предлагают проживание в отелях на класс выше, то есть в трёхзвездочных и пятизвездочных отелях.

Поэтому каждому клиенту стоит комплексно обдумать и выбрать отель, который будет отвечать требованиям лично для его отдыха. Один из плюсов, что русское турагентство TUI предлагает 3D обзор по отелям, что несомненно облегчает туристу выбор проживания.

7.3 Сравнение вариантов питания

При выборе отеля и дальнейшего проживания в нем, клиент должен учесть тот факт, что отель будет предоставлять питание. На сайтах турагентств на выбор предоставляются стандартные категории питания, такие как завтрак, полупансион, все включено и ультра все включено. На сайтах русских и чешских турагентств можно ознакомиться не только с отзывами о проживании, но также с отзывами о питании. К каждому предложению прилагается описание питания, информация о времени приема пищи. На сайтах кроме фотографий гостиничного комплекса и номеров, присутствуют фотографии ресторана, бара или кафе. Отели, которые предлагают проживание с детьми, сообщают клиенту о возможности детского питания, так называемый детский стол.

Уровень отеля влияет на разнообразность кухни. На русских и чешских сайтах имеются отели, которые предлагают питание формой "все включено", это отели четырехзвездочные, а отели, предлагающие форму питания "ультра все включено", это – пятизвездочные отели. Стоит отметить, что тип питания это один из параметров в отеле, который влияет на итоговую цену поездки.

При анализе сайтов турагентств можно отметить, что русские турагентства предоставляют предложения по системе все включено или ультра все включено. На чешских же сайтах тоже много предложений, где все включено, но присутствуют такие варианты, где питание предоставляется формой завтраков или полупансиона.

7.4 Сравнение пакета услуг

До того, как клиент начнет выбирать поездку, на русских и чешских сайтах каждому туристу предоставляется возможность ознакомиться с самой компанией и также с ее услугами. При выборе готовой поездки в Турцию, русские и чешские турагентства предоставляют туристам комплексное обслуживание, куда входит: размещение, питание и транспортные услуги. Это значит, что при покупке тура все обязательства, связанные с поездкой, берет на себя турагентство.

При оформлении тура между турагентством и клиентом заключается договор, где прописаны права, обязанности и предлагаемые услуги.

На рынке туризма присутствует огромная конкуренция, поэтому каждая туристическая компания старается предложить универсальные услуги, например у российских туроператоров – это тур в рассрочку, информация на сайте касательно курортного налога, возможность проверить статус своего заказа, купить SIM-карту или выбрать для себя VIP услуги; а чешские турагентства предлагают найти попутчиков, предлагают специальную ценовую политику у субсидированных туров, предоставление детской коляски или помощь для инвалидов.

Кроме универсальных, предлагают стандартный пакет услуг – это памятка туристу, оформление туристической страховки, трансферы, аренда машин, бронирование групповых туров или резервация мест в самолете.

7.5 Сравнение цен

Каждая поездка с целью отдыха или же экскурсионная поездка, это пакет услуг, который продается по определенной цене. В стоимость входят проживание, питание и транспорт. В случае экскурсионных туров в стоимость входят ещё и другие услуги в соответствии с установленной программой (посещение культурных памятников, услуги экскурсовода или входные билеты). Цена играет важную роль в выборе поездки каждого клиента. Во время анализа предложений, на окончательную стоимость поездки влияли такие факторы, как скидки (Last Minute, First Minute, внесение залога или сезонные скидки от турагентств) класс перелета (эконом или бизнес класс), тип размещения (чем больше количество звезд у отеля, тем соответственно выше цена) или продолжительность пребывания. При сравнении цен нужно рассматривать похожие туры, которые предлагают одинаковый тип проживания, питания и продолжительность отпуска.

Цены на путевки от чешских и русских турагентств в Турцию варьируются в одной и той же ценовой категории. Самую дешевую путевку клиент может приобрести у русских турагентств за 500 долларов, у чешских же турагентств цены на самые дешевые туры варьируются от 420-600 долларов.

Самые дорогие туры стоят у чешских турагентств 4400 долларов, а у русских туроператор 2000 долларов. Такая разница в цене объясняется тем, что российский рынок туризма гораздо больше, чем чешский, следовательно спрос и поток туристов в России больше и клиентам турагентства могут предложить более выгодные цены.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель настоящей бакалаврской работы – проанализировать и сравнить предложения чешских и русских турагентств в Турцию. Вместе с тем было задано составить тематический словарь на основе материала сопоставляемых текстов. Для этого было необходимо рассматривать туризм, как комплексную систему, которая направлена на клиента.

В первой главе было рассмотрено понятие туризм, были изучены основные туристические термины, и было определено, как развивались турагентства в России и в Чехии.

Во второй главе были описаны лучшие турагентства России за 2019 год, данный рейтинг опубликован на сайте travelata.ru (ANEX tour, TUI, PEGAS touristik). В третьей главе приводятся лучшие турагентства Чехии в 2020 году, данный рейтинг опубликован на сайте 5nej.cz (Invia, Fischer, Exim tours). Русским и чешским турагентствам дана характеристика и описаны услуги, которые они предлагают клиентам.

Заключительной главой в теоретической части стала четвертая глава, где была изучена выбранная страна – Турция, было сказано о международных отношениях между Турцией и Россией, и между Турцией и Чехией. Последний раздел был направлен на описание инфраструктуры в Турции.

Практическая часть опиралась на теоретическую часть, подробно анализировались туристические предложения в Турцию от выбранных турагентств (ANEX tour, TUI, PEGAS touristik, Invia, Fischer, Exim tours) на текущий 2020 год. Сравнивались структура предложений, условия проживания, питание, пакет услуг и цены на поездки.

При сравнении предложений и туров от русских и чешских турагентств, анализ проходил на основе тщательного изучения официальных сайтов туристических агентств. Каждое агентство рассматривалось отдельно, были изучены и описаны предлагаемые туры, и главные составляющие путевки.

При анализе структуры предложений результаты показали, что чешские и русские турагентства предлагают разные типы поездок. А именно в ходе исследования было выявлено, что чешские турагентства предлагают следующие виды туров: пляжный отдых, экскурсионные туры, морские круизы и гольф-туры, а русские турагентства: пляжный отдых и морские круизы.

Анализ показал, что как чешские, так и русские выбранные турагентства предлагают уже комплексную поездку, в которую включены следующие параметры: перелет, питание, проживание, трансфер, услуги туроператора и дополнительные услуги, которые может выбрать каждый турист по своему усмотрению и пожеланиям.

Стоит отметить, что при анализе сайтов турагентств было заметно, что предложений на экскурсионные, морские и гольф-туры значительно меньше, по сравнению с путевками с целью отдыха. В ходе исследования было выявлено, что такие туры проходят в

определенное время года, даты поездок заранее указаны на сайтах, а именно на ближайšie полгода, то есть на конец 2020 и на начало 2021 года.

Проанализировав информацию, изложенную в данной работе, можно сделать вывод, что туры с целью отдыха, предлагаемые как русскими, так и чешскими турагентствами составлены по принципу получения максимального комфорта от поездки. Турагентства специализируются основным образом на пляжный отдых, так как именно он является актуальным и популярным направлением выездного туризма среди русских и чешских туристов.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

Печатные источники

1. ЕФРЕМОВА, М. В. *Эффективность коммуникационных процессов в сфере туризма (семантика, дефиниции в терминологическом аппарате)* // Маркетинг, 2004 - № - С. 88-102.
2. КИРЕЕВА, М. М. ВОСТРОВА, А. П. *Туризм: Туристические основы и управление процессами*, Учебное пособие, Иваново 2018, ISBN – 978-5-6041347-2-6.
3. КВАРТАЛЬНОВ, А. В. *Туризм Феномен XX века* // издательство "Финансы и статистика" 2-е издание, 2014 – 15 с.
4. СТАНКОВИЧ, Стеван, ГАВРИЛОВИЧ Душан. *Гласник*. Белград, 1979. ISBN 0350-3593.
5. ТЕМНЫЙ, Ю. В. *Экономика туризма / учебник*. — М. : Издательство "Финансы и статистика", 2010. — 449 с. — Библиогр. - с. 441-443. — ISBN 978-5-279-03468-0
6. ФРОЛОВА, Т. А. *Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций*. Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.
7. ЧОРНЕНЬКАЯ, Н. В. *Организация туристической индустрии* // Учебное пособие, - К.: Атика, 2006
8. MEDLIK, S. *Dictionary of travel tourism and hospitality*. 2nd ed. / S. MEDLIK. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 1993
9. PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 221 s. ISBN 978-80-247-3750-8.
10. RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN Michal a VAJČNEROVÁ Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
11. ŠROUFKOVÁ, Miloslava, POHLEI Pavel. *Rusko-český a česko-ruský praktický slovník*. LEDA, 2017. ISBN 978-80-7335-457-2.

Электронные источники

12. 5nej.cz: *Nejlepší cestovní agentury v roce 2020* [online]. 2020 [цит. 2020-03-21]. Доступно на WWW: <https://www.5nej.cz/srovnani-cestovnich-agentur/>
13. Anextour.com: *ANEX tour* [online]. [цит. 2020-03-20]. Доступно на WWW: <https://www.anextour.com/about>
14. Books.google.cz: *Zpráva o zahraniční politice České republiky* [online]. 2010 [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: <https://books.google.cz/books?id=0iIbAgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
15. Businessinfo.cz: *Turecko: Obchodní a ekonomická spolupráce s ČR* [online]. 1997-2020 [цит. 2020-03-28]. Доступно на WWW: <https://www.businessinfo.cz/navody/turecko-obchodni-a-ekonomicka-spoluprace-s-cr/>
16. Catalog.fmb.ru: *Государственное устройство и политическая система* [online]. 2011 [цит. 2020-03-26]. Доступно на WWW: <http://catalog.fmb.ru/Turkey2011-3.shtml>

- 17.Czso.cz: *Cestovní ruch v historických souvislostech* [online]. 2011 [цит. 2020-03-16]. Доступно на WWW: https://www.czso.cz/documents/10180/20541253/1804110620_21.pdf/c2e94604-287b-45ea-8d98-c0bc22201d73?version=1.0
- 18.Fischer.cz: *O nás* [online]. 2020 [цит. 2020-03-22]. Доступно на WWW: <https://www.fischer.cz/>
- 19.Gyberleninka.ru: *История развития туризма в России* [online]. 2017 [цит. 2020-03-13]. Доступно на WWW: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-turizma-v-rossii/viewer>
- 20.Hierapolis-info.ru: *Религия в Турции* [online]. 2019 [цит. 2020-03-26]. Доступно на WWW: <https://www.hierapolis-info.ru/religiya-v-turtsii.html>
- 21.Hotellook.ru: *Что такое бутик-отель* [online]. 2017 [цит. 2020-04-01]. Доступно на WWW: <https://hotellook.ru/help/chto-takoe-butik-otel>
- 22.Inasto.ru: *Турция* [online]. 2009 [цит. 2020-03-25]. Доступно на WWW: <http://www.inasto.ru/turkey.htm>
- 23.Invia.cz: *O nás* [online]. 2020 [цит. 2020-03-22]. Доступно на WWW: <https://www.invia.cz/o-invia/>
- 24.Кноема.ru: *Воздушный транспорт* [online]. 2018 [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: <https://knoema.ru/atlas/%D0%A2%D1%83%D1%80%D1%86%D0%B8%D1%8F/topics/%D0%A2%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82#%D0%92%D0%BE%D0%B7%D0%B4%D1%83%D1%88%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82>
- 25.Kolal.ucoz.ru: *Россия. Все о России. Этапы развития туризма в России* [online]. 2010 [цит. 2020-03-12]. Доступно на WWW: https://kolal.ucoz.ru/publ/turizm/istorija_turizma/ehtapy_razvitija_turizma_v_rossii/3-1-0-4
- 26.Meduza.io: *Власти запретили летать в Турцию* [online]. 2015 [цит. 2020-03-28]. Доступно на WWW: <https://meduza.io/cards/vlasti-zapretili-letat-v-turtsiyu>
- 27.Muni.cz: *Cestovní ruch* [online]. [цит. 2020-03-16]. Доступно на WWW: <https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/pedf/js13/geograf/web/pages/08-cestovni-ruch.html>
- 28.Mzcr.cz: *Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj* [online]. [цит. 2020-03-26]. Доступно на WWW: https://www.mzcr.cz/Unie/dokumenty/oecd_9053_3116_8.html
- 29.Mzv.cz: *Bilaterální dohody s Tureckem* [online]. [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: https://www.mzv.cz/ankara/cz/vzajemne_vztahy/bilateralni_dohody_s_tureckem.html
- 30.Mzv.cz: *Víza – režim vstupu* [online]. [цит. 2020-03-28]. Доступно на WWW: https://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/evropa/turecko/cestovani/visa.html
- 31.Nashaplaneta.net: *Условные обозначения услуг отелей* [online]. 2020 [цит. 2020-04-01]. Доступно на WWW: https://nashaplaneta.net/articles/hotels_types.html
- 32.Ola.ua: *Питание в отелях в Турции* [online]. 2019 [цит. 2020-04-01]. Доступно на WWW: https://www.ola.ua/a/Pitanie_v_otelyah_Turcii_778.html
- 33.Pegast.ru: *О компании* [online]. [цит. 2020-03-16]. Доступно на WWW: <https://pegast.ru/about-company>
- 34.Poznauka.org: *Инфраструктура туризма* [online]. 2016 [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: <https://poznauka.org/s53080t1.html>

- 35.Pravmir.ru: *Кратко о мировых религиях, Ислам* [online]. 2012 [цит. 2020-03-26]. Доступно на WWW: <https://www.pravmir.ru/islam/>
- 36.Protravel.cz: *Rozdíl mezi cestovní kanceláři a cestovní agenturou* [online]. 2020 [цит. 2020-03-12]. Доступно на WWW: <https://www.protravel.cz/clanek/rozdil-mezi-ck-a-ca/>
- 37.Sonar2050.org: *Туризм в Советском Союзе* [online]. 2018 [цит. 2020-03-12]. Доступно на WWW: <https://www.sonar2050.org/publications/turizm-v-sovetskom-soyuze/>
- 38.Tez-tour.com: *Визы* [online]. 2001–2020 [цит. 2020-03-27]. Доступно на WWW: <https://www.tez-tour.com/visa.html?countryId=1104>
- 39.Top-trips24.ru: *5 крупнейших аэропортов Турции* [online]. [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: <https://top-trips24.ru/asia/turkey/5-krupnejshix-aeroportov-turcii.html>
- 40.Topwar.ru: *Перспективы русско-турецких отношений* [online]. 2011 [цит. 2020-03-28]. Доступно на WWW: <https://topwar.ru/8975-perspektivy-rossijsko-tureckih-otnosheniy.html>
- 41.Tourweek.ru: *Транспорт в Турции* [online]. 2010 [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: <http://tourweek.ru/transport/countries/turkey/>
- 42.Travelata.ru: *Рейтинг тур операторов. Интернет-магазин туров* [online]. [цит. 2020-03-16]. Доступно на WWW: <https://travelata.ru/rating>
- 43.Travelinka.ru: *На каком языке говорят в Турции* [online]. 2019 [цит. 2020-03-24]. Доступно на WWW: <https://travelinka.ru/na-kakom-yazyke-govoryat-v-turcii/>
- 44.Tui.ru: *О компании* [online]. [цит. 2020-03-20]. Доступно на WWW: <https://www.tui.ru/about/>
- 45.Tuik.gov.tr: *Turecký statistický institut. Hlavní statistika* [online]. 2020 [цит. 2020-03-24]. Доступно на WWW: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33705>
- 46.Tuik.gov.tr: *Turecký statistický institut. Výsledky systému registrace populace* [online]. 2020 [цит. 2020-03-24]. Доступно на WWW: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33705>
- 47.Tureckem.cz: *Obecné informace a geografie* [online]. 2015 [цит. 2020-03-24]. Доступно на WWW: <http://www.tureckem.cz/turecko/obecn-informace-geografie>
- 48.Turecko-dovolena.eu: *О Турции* [online]. 2010 [цит. 2020-03-26]. Доступно на WWW: <http://www.turecko-dovolena.eu/>
- 49.Turkey.mid.ru: *Контакты консульств* [online]. 2020 [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: <https://turkey.mid.ru/ru/consular-services/consulate/contacts/>
- 50.Turktrip.ru: *О Турции* [online]. 2020 [цит. 2020-03-25]. Доступно на WWW: <https://turktrip.ru/o-turcii>
- 51.Turpravda.com: *Туристический информационный центр Сиде* [online]. 2006-2020 [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: https://www.turpravda.com/places/tr/side/Turisticheskiy_informacionnyj_centr_Side-s7797/
- 52.Tutu.ru: *Курорты в Турцию* [online]. 2013-2020 [цит. 2020-03-30]. Доступно на WWW: https://www.tutu.ru/geo/turkey/article/resorts/#sravnenie_kurortov
- 53.Tvkultura.ru: *Лента новостей* [online]. 2020 [цит. 2020-03-28]. Доступно на WWW: https://tvkultura.ru/article/show/article_id/354806/
- 54.Unesco.org: *Turkey* [online]. 1992–2020 [цит. 2020-03-27]. Доступно на WWW: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/TR/>

55.Zájezdy.cz: *Cestovní agentura* [online]. 2003-2020 [цит. 2020-03-22]. Доступно на WWW: <http://www.cestovni-kancelare.cz/exim-tours/>

РЕЗЮМЕ

Тема бакалаврской работы – это компарация предложений чешских и русских бюро путешествий на избранную туристскую дестинацию и составление тематического переводного словаря.

Работа состоит из двух основных частей. Теоретическая часть дает основную характеристику туризма, туристических терминов. Дается определение таким терминам, как: туризм, путешествие, турист, рынок туризма, бюро путешествий, туристическое агентство и туристическая дестинация. Также в теоретической части описан процесс развития турагентств в России и в Чехии, приведены в пример лучшие русские и чешские турагентства и дается характеристика выбранной туристической дестинации с точки зрения туризма и возможного отдыха в ней.

В практической части содержится сравнительный анализ русских и чешских туристических предложений в Турцию. Компарация предложений была произведена по основным категориям: структура предложений, условия проживания, питание, пакет услуг и цены.

На основе теоретической и практической частей бакалаврской работы был составлен тематический переводной словарь.

The theme of bachelor's work is a compilation of proposals from Czech and Russian travel agencies for a selected tourist destination and compilation of a thematic translation dictionary.

The work consists of two main parts. The theoretical part gives the main characteristic of tourism, tourist terms, namely. It defines such terms as: tourism, travel, tourist, tourism market, travel agency, travel agency and tourist destination. Also, in the theoretical part, the process of developing travel agencies in Russia and the Czech Republic is described, the best Russian and Czech travel agencies are given as an example, and Turkey is described in terms of tourism and possible holidays in it.

In the practical part, a comparative analysis of Russian and Czech tourist offers to Turkey is given. The compilation of proposals was carried out in the main categories: structure of offers, living conditions, food, package of services and prices.

Based on the theoretical and practical parts of the bachelor's work, a thematic translation dictionary was compiled.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Тематический переводной словарь:

А

авиасообщение с (-я)	letecké spojení
авиакомпания ж (-и)	letecká společnost
автомобильный -ая, -ое	automobilový
автобусный м -ая, -ое	autobusový
апартамент м (-а)	apartmá s
аренда ж (-ы)	půjčovna ž
~ автомобиля	půjčovna aut
аэропорт м (-а)	letišťe s

Б

база ж (-ы)	středisko s
~ отдыха	rekreační středisko
банкомат м (-а)	bankomat m
безвизовый режим м (-а)	bezvízový styk
бизнес м (-а)	byznys m
~ класс	první třída
бронировать билет, -рую, -руешь, нсв	rezervovat jízdenku
буклет м (-а)	prospekt m
бунгало с (-а)	bungalov m
бюджетный турист м (-а)	rozpočtový turista
бюро с (-о)	kancelář ž
~ путешествий	cestovní kancelář
~ экскурсий	kancelář, kde je možně zarezervovat exkurze

В

ведущая авиакомпания ж (-и)	přední letecká společnost
вероисповедание с (-я)	vyznání s
взрослый м (-ого)	dospělý
виза ж (-ы)	vízum s

вилла ж (-ы)	vila ž
внутренний туризм м (-а)	domáci cestovní ruch
внутренний рейс м (-а)	vnitrostátní let
водный м (-ого)	vodní
воздушный м (-ого)	vzdušný, letecký
водохранилище с (-а)	vodní nádrž
выездной туризм м (-а)	zahraniční cestovní ruch
выполнить контактную информацию ж (-и)	vyplnit kontaktní údaje

Г

гид м (-а)	průvodce m
гостевой дом м (-а)	penzion m
гора ж (-ы)	hora ž
горнолыжный отдых м (-а)	lyžařská dovolená
горячий источник м (-а)	horké zřídlo
горячее предложение ж (-я)	aktuální nabídka
государство с (-а)	stát m
гостиничный комплекс м (-а)	hotelový komplex
город м (-а)	město s
граница ж (-ы)	hranice ž
гражданин м (-а)	občan m
груз м (-а)	náklad m
групповая экскурсия ж (-и)	skupinový výlet

Д

двухзвездочный отель м (-я)	hotel, který má dvě hvězdiček
двухместный номер м (-а)	dvoulůžkový pokoj
договор м (-а)	smlouva ž
дополнительный туристический товар м (-а)	doplňkový turistický produkt
дополнительная услуга ж (-и)	doplňková služba

Ж

железнодорожный м (-ого)	vlakový, železniční
--------------------------	---------------------

железнодорожное сообщение с (-я)	vlakové spojení
железная дорога ж (-и)	železnice, železniční trať
З	
забронировать мероприятие, -рую, -руешь, сов.	zarezervovat akci
завтрак м (-а)	snídaně ž
загранпаспорт м (-а)	cestovní pas
заказать тур м (-а) -у, -ешь, сов.	objednat zájezd
запрос м (-а)	požadavek m
застраховать путешествие, -хую, -хуешь, сов.	pojistit cestování
И	
импорт м (-а)	import, dovoz m
индивидуальная экскурсия ж (-и)	individuální výlet
иностранный м (-ого)	cizí
информация ж (-и)	informace ž
информационно-туристический центр м (-а)	informační centrum
инфраструктура ж (-ы)	infrastruktura ž
искусство с (-а)	umění s
ислам м (-а)	islám m
итоговая цена ж (-ы)	celková cena
К	
карта ж (-ы)	mapa ž
катер м (-а)	motorový člun
климатическая зона ж (-ы)	podnební pásmo
кинофестиваль м (-я)	filmový festival
класс м (-а)	třída ž
~ перелёта	třída letu
конкуренция ж (-и)	konkurence ž
консультант м (-а)	konzultant, poradce
консульская служба ж (-ы)	konzulární služby
корпоративный тур м (-а)	firemní zájezd

культура ж (-ы)	kultura ž
культурная акция ж (-и)	kulturní akce
курортный город м (-а)	lázeňské město
курортный отдых м (-а)	lázeňská dovolená
курсировать, - рую, -руешь; нсв.	jezdit pravidelně po určité trase

Л

лайнер м (-а)	výletní loď
лицензия ж (-и)	licence ž, povolení s
личный транспорт м (-а)	osobní doprava
локальный профсоюз м (-а)	místní odborová organizace

М

магазин м (-а)	obchod m
маршрут м (-а)	trasa ž
молодёжный отдых м (-а)	mládežnická dovolená
море с (-я)	moře s
морской курорт м (-а)	mořské lázně
морская прогулка ж (-и)	výlet lodí
международная организация ж (-и)	mezinárodní organizace
международные отношения с (-й)	mezinárodní vztahy
международный рейс м (-а)	mezinárodní let
местная валюта ж (-ы)	místní měna
морской круиз м (-а)	okružní plavba po moři

Н

название с (-я)	název m
~ фирмы	název firmy
направление с (-я)	směr, tendence
население с (-я)	obyvatelstvo

наследие с (-я)	dědictví s
национальность ж (-и)	národnost ž
национальная организация ж (-и)	národní organizace
О	
обед м (-а)	oběd m
обмен м (-а)	směna ž
~ валюты	směnárna ž
обменная операция ж (-и)	směnárenská operace
обменный пункт м (-а)	směnárna ž
обменять деньги, -яю, - яешь сов.	vyměnit peníze
обучающая организация ж (-и)	výcviková organizace
общественная организация ж (-и)	veřejná organizace
общественный транспорт м (-а)	veřejná doprava
одноместный номер м (-а)	jednolůžkový pokoj
оздоровительный отель м (-я)	léčebný hotel
оздоровительная процедура ж (-ы)	kondiční procedura
оплатить тур м (-а), -у, -ишь сов.	zaplatit zájezd
отдых м (-а)	dovolená ž
отель м (-я)	hotel m
открытие с (-я)	otevření s
~ границ	otevření hranic
отмена ж (-ы)	zrušení s
~ виз	zrušení viz
отрасль ж (-и)	odvětví s
~ туризма	odvětví cestovního ruchu
организационная функция ж (-и)	organizační funkce
оформление с (-я)	vyřízení s
~ виз	vyřízení viza
~ страховок	vyřizování pojistek
оформить заказ м (-а), -млю, -ишь сов.	vyřídít objednávku

П

памятка ж (-и)	пříručka ž
~ туриста	turistická příručka
паромный рейс м (-а)	trajektová linka
пассажир м (-а)	cestující m
пассажиропоток м (-а)	množství cestujících
перевозчик м (-а)	dopravce m
перевозка ж (-и)	přeprava ž
~ пассажиров	přeprava osob
переговоры мн.ч	jednání s
персонал м (-а)	personál, obsluha
питание с (-я)	stravování s
площадь ж (-и)	plocha ž
пляжный отдых м (-а)	plážová dovolená
побережье с (-я)	pobřeží s
подбирать тур м (-а), -ю, -ешь сов.	vybírat zájezd
поддержка ж (-и)	podpora ž
поездка ж (-и)	zájezd m
познавательная программа ж (-ы)	poznávací program
полупансион м (-а)	polopenze ž
порт м (-а)	přístav m
посольство с (-а)	velvyslanectví s
посредническая функция ж (-и)	zprostředkovatelská funkce
потребительская организация ж (-и)	konzumní společnost
правительственная организация ж (-и)	vládní organizace
предоставить скидку ж (-и), -ю, -ишь сов.	poskytnout slevu
представитель м (-я)	zástupce m
продолжительность ж (-и)	doba trvání
прокат м (-а)	půjčovna ž
~ машин	půjčovna aut

продукт м (-а)	produkt m
проектная организация ж (-и)	projektová organizace
протяжённость ж (-и)	délka ž
~ маршрута	délka cesty
дом м (-а)	dům m
~ отдыха	rekreační dům
путёвка ж (-и)	poukaz m
путешествие с (-я)	cestování s
путешествовать -ую, -уешь нсв	cestovat
пятизвёздочный м (-ого)	hotel, který má pět hvězdiček
Р	
развлекательная программа ж (-ы)	animační program
размещение с (-я)	ubytování s
~ в коттеджах	ubytování v chatkách
~ с животными	ubytování se zvířaty
расстояние с (-я)	vzdálenost ž
~ до пляжа	vzdálenost do pláže
расписание с (-я)	program m
~ экскурсий	program zájezdů
расположение с (-я)	umístění s
~ отеля	umístění hotelu
ребёнок м (-а)	dítě s
региональная организация ж (-и)	regionální organizace
регулярная перевозка ж (-и)	pravidelná přeprava
регулярный рейс м (-а)	pravidelný let
рейс м (-а)	let m
рейтинг надёжности ж (-и)	hodnocení spolehlivosti

резервация ж (-и)	rezervace ž
~ места	rezervace místa
реклама ж (-ы)	reklama ž
религия ж (-и)	náboženství s
ресторан м (-а)	restaurace ž
рынок м (-а)	trh m
~ туризма	trh cestovního ruchu
рыночный агент м (-а)	agent trhu
С	
санаторий м (-я)	sanatorium, léčebna
санкция ж (-и)	sankce ž
спа-отель м (-я)	wellness hotel
спа-программа ж (-ы)	wellness program
семейный номер м (-а)	rodinný pokoj
семейный отель м (-я)	rodinný hotel
сервис м (-а)	služba ž, servis m
система ж (-ы) все включено	system all inclusive
служба ж (-ы)	služba ž
~ питания	stravovací služby
состоятельное население с (-я)	zámožná populace
сотрудничество с (-а)	spolupráce ž
спортивный объект м (-а)	sportovní objekt
спрос м (-а)	poptávka ž
срок м (-а)	lhůta ž
страна ж (-ы)	země ž, stát m
студия ж (-и)	studio s
страхование с (-я)	pojištění s
страховая компания ж (-и)	pojišťovna ž
страховой случай м (-я)	pojistná událost

структура ж (-ы)	struktura ž
~ предложения	struktura nabídky
сувенир м (-а)	suvenýr m
Т	
таможенный контроль м (-я)	celní kontrola
теплоход м (-а)	motorová loď
термальный курорт м (-а)	termální lázně
терминал м (-а)	terminál m
территория ж (-и)	území s
тип м (-а)	typ m
~ перелёта	typ letu
торговая организация ж (-и)	obchodní společnost
торгово-банковская функция ж (-и)	obchodní bankovní funkce
транспортная инфраструктура ж (-ы)	dopravní infrastruktura
транспортная сеть ж (-и)	dopravní síť
транспортные средства мн.ч	dopravní prostředky
трансфер м (-а)	transfer m
тур м (-а)	zájezd m
~ в рассрочку	zájezd na splátky
туризм м (-а)	cestovní ruch
туристический агент м (-а)	jednatel cestovní kanceláře
туристическая достопримечательность ж (-и)	turistická památka
туристическая услуга ж (-и)	turistická služba
турагентство с (-а)	cestovní kancelář
туроператор м (-а)	cestovní kancelář
туристическое агентство с (-а)	cestovní kancelář
туристическая дестинацию ж (-и)	turistická destinace
туристическая индустрия ж (-и)	průmysl cestovního ruchu
туристический клуб м (-а)	turistický klub
туристическое направление с (-я)	turistický cíl

туристическое предприятие с (-я)	společnost cestovního ruchu
транспорт м (-а)	doprava ž
У	
ужин м (-а)	večeře ž
ультра все включено	ultra all inclusive
услуга	služba ž
~ по проживанию	ubytovací služby
~ представителя турагентства	služby jednatele cestovní kanceláře
условие с (-я)	podmínka ž
~ проживания	ubytovací podmínka
уровень м (-я)	úroveň ž
Ф	
филиал м (-а)	pobočka ž
Ц	
цена ж (-ы)	cena ž
цель ж (-и)	účel m
~ отдыха	účel dovolené
Ч	
частная организация ж (-и)	soukromá organizace
чартерная перевозка ж (-и)	charterová přeprava
Ш	
шопинг м (-а)	nakupování s
Э	
экзотическая страна ж (-ы)	exotická země
экономический класс м (-а)	ekonomická třída
экскурсионная поездка ж (-и)	poznávací zájezd
экскурсионный тур м (-а)	poznávací zájezd
экскурсионный отдых м (-а)	poznávací dovolená
экспорт м (-а)	export, vývoz m
экстренная помощь ж (-и)	mimořádná pomoc

Я

язык м (-а)

jazyk m