

**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Тема: Роль туризма в развитии экономики Турции

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 Теоретические подходы к обоснованию развития международного туризма	7
1.1 Сущность международного туризма и факторы его развития	7
1.2 Тенденции развития туризма в Республике Турция.....	21
1.3 Перспективные направления туризма Республики Турции после COVID-19	32
2 Методы оценки развития туризма в Турции на рынке предоставления международных туров	40
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности туристической организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР».....	40
2.2 Оценка деятельности туристической организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР».....	50
2.3 Особенности стратегических направлений развития деятельности организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»	60
3 Пути развития деятельности ООО «Компания ТЕЗ ТУР» на рынке туристических услуг Турции	78
3.1 Формирование нового туристического продукта в Турцию	78
3.2 Продвижение нового туристического продукта на рынке электронной коммерции.....	89
3.3 Экономическая эффективность проекта мероприятий по совершенствованию стратегии организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»	96
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	104
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	108
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	113

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования. Туризм - это сектор, который ежегодно предоставляет Турции 34,5 миллиарда долларов иностранной валюты, напрямую или косвенно обслуживая 54 сектора, и может покрыть весь дефицит внешней торговли. Он даёт работу почти 1,5 миллионам человек в стране. Поэтому большое значение имеет сохранение туризма.[48]

Турция достигла рекордного максимума в 2019 году с более чем 45 миллионами иностранных туристов, но ее туристическая индустрия сильно пострадала во время туристического сезона из-за нового коронавируса, который вызвал волны ограничений на поездки и отмены бронирований. Глобальная вспышка нового коронавируса возникла как раз тогда, когда турецкая туристическая индустрия вступила в период быстрого восстановления, когда в стране отмечен резкий рост числа прибывающих туристов после принятий мощнейших мер по восстановлению отрасли после валютного кризиса 2018 года.

Надежды на восстановление туризма в Турции после пандемии COVID-19 упали после начала специальной операции России на Украине. Спрос летних резерваций прекратился и вместе с этим турецкие эксперты поняли, что точка невозврата пройдена – никакого восстановления в 2022 году ждать не придется, потому что массово туристы к ним не поедут.

Миллионы россиян и украинцев ежегодно летают на курорты Турции, но ожидается, что в 2022 году цифры будут намного ниже предыдущих значений и, тем более, оптимистических прогнозов, которые давали эксперты на этот год. По данным министерства туризма, посетители из Украины и России составили более четверти всех туристов, прибывших в Турцию в прошлом году. В течение всего нескольких дней после начала спецоперации россияне и украинцы отменили бронирование поездок в Турцию и другие страны. Турция, которая в значительной степени зависит от российских

туристов, стремится увеличить доходы от туризма, чтобы помочь стимулировать экономический рост и покрыть дефицит текущего счета.

В случае завершения спецоперации на Украине до наступления пикового сезона вероятно, что российские туристы начнут бронировать места для отдыха в Турции, но опять-таки могут возникнуть другие проблемы – из-за жестких финансовых и платежных санкций, наложенных на Россию, туристам будет трудно решиться на поездку с банковскими картами на руках. Причина - после исключения из системы SWIFT семи крупнейших российских банков Visa и Mastercard заблокировали использование российских банковских карт за рубежом. Статус и частота рейсов из России в Турцию после того, как Airbus и Boeing присоединились к западным санкциям, также вызывают дополнительную проблему туристического сектора.

В связи с изложенной выше актуальностью, целью работы является разработка проекта организации на рынке туристических услуг Турции. Для достижения указанной цели, необходимо решить следующие задачи: описать теоретические подходы к обоснованию развития международного туризма; дать оценку развития туризма в Турции объекта исследования; предложить пути развития деятельности туристической организации на рынке туристических услуг Турции.

Объектом исследования является туристическая организация ООО «Компания ТЕЗ ТУР». Предмет исследования- деятельность туристической организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР» на рынке предоставления международных туров.

Структурно работа состоит из введения, заключения трех глав, списка использованных источников и приложений. Первая глава является теоретической, в ней описана сущность международного туризма и факторов его развития; представлены тенденции развития туризма в Республике Турция и изучены перспективные направления туризма Республики Турции после

COVID-19. Вторая глава исследования является аналитической, в ней дана организационно-экономическая характеристика объекта исследования; проведен анализ финансовых показателей в динамике; описаны особенности стратегических направлений развития деятельности туристической организации. Третья глава является проектной, в ней описано формирование нового туристического продукта в Турцию; представлены способы продвижения нового туристического продукта на рынке электронной коммерции; оценена экономическая эффективность проекта мероприятий по совершенствованию стратегии туристической компании.

Информационной базой исследования явились учебные пособия, статьи, монографии по изучаемой проблеме исследования; данные бухгалтерской и статистической отчетности объекта исследования; статистические данные по развитию туризма в Турции и основных макроэкономических показателей страны; статистические данные международного туризма в динамике и др.

Проблематикой изучения международного туризма занимались множество авторов, наиболее известными из них являются: Абабков Ю.Н., Агешкина Н.А., Богданов Е.И., Боголюбов В.С., Быстров С.А. Джанджуазова Е.А., Докторов А.В., Долженко Г.П., Дурович А.П., Иванова М.В., Кужель Ю.Л., Польшов Л.А., Погодина В.Л., Покровский Н.Е., Романова М.М., Ревинский И.А., Романова Л.С., Сазонкин Л.В., Севастьянов Д. В., Филиппов И.Г., Христов Т. Т., Черняев Т. И., Швец И.Ю., Шпилько С.П. и другие.

В процессе написания работы применялись следующие методы: анализ, классификация, описание, синтез, обобщение, дедукция, конкретизация, формализация, наблюдение, сравнение и другие. Практическая значимость исследования- предложенные рекомендации могут быть применены на практике анализируемой туристической компании.

1 Теоретические подходы к обоснованию развития международного туризма

1.1 Сущность международного туризма и факторы его развития

Слово «турист» впервые использовалось в 1772 году, а «туризм» в 1811 году. Индустрия начала развиваться в начале XX века, чему способствовало развитие автомобилей, а затем самолётов. Усовершенствования в области транспорта позволили многим людям быстро отправиться в различные места для проведения своего досуга. В континентальной Европе ранние приморские курорты включали: Хайлигендамм, основанный в 1793 году на Балтийском море, являющийся первым приморским курортом; Остенде, популяризированный народом Брюсселя; Булонь-сюр-Мер и Довиль для парижан; Таормина на Сицилии. В Соединенных Штатах первые приморские курорты в европейском стиле были в Атлантик-Сити, Нью-Джерси и Лонг-Айленде, а также в Нью-Йорке. К середине XX века Средиземное побережье стало основным местом массового международных поездок. В 1960-х и 1970-х годах индустрия отдыха играла важную роль в испанском экономическом «чуде». [43]

За последние несколько десятилетий наблюдалась активная тенденция к путешествиям. Особенно это заметно в странах Европейского Союза, где распространены частые и короткие международные поездки. У путешественников есть деньги и множество предпочтений. Для них создаются самые разнообразные курорты и отели. К примеру, некоторые люди предпочитают простые пляжные каникулы, в то время как другие хотят чего-нибудь особенного, тихий спокойный отдых или нишевые, целевые отели.

Развитие технологий и транспортной инфраструктуры, таких как гигантские самолёты, недорогие авиалинии и аэропорты, сделало многие виды путешествий более доступными. Кроме этого, произошли изменения в образе жизни, например, некоторые люди пенсионного возраста путешествуют

круглый год. Этому способствует интернет-продажа туристических услуг. Некоторые сайты теперь начали предлагать динамическую упаковку, в которой включена инклюзивная цена для индивидуального пакета, запрошенного клиентом.

В международном туризме было несколько неудач, таких как атаки 11 сентября и террористические угрозы для туристических направлений, таких как Бали и несколько европейских городов. Кроме того, 26 декабря 2004 года цунами, вызванное землетрясением в Индийском океане, поразило азиатские страны в Индийском океане, включая Мальдивы. Тысячи жизней были потеряны, включая множество туристов. Это вместе с огромными операциями по очистке серьезно помешало индустрии отдыха в этом районе на время.

Индивидуальные недорогие или даже ночные тарифы с нулевой ценой стали более популярными в 2000-х годах, особенно с сильным ростом на рынке хостелов и такими услугами. Опять же есть примеры юрисдикций, в которых значительная часть ВВП расходуется на изменение первичных источников дохода в сторону туризма, как это произошло, например, в Дубае. [26]

На сегодняшний день, международный туризм выполняет важные функции в экономиках стран, так как является частью крупных экспортных хозяйств. По экспорту уступает лишь нефтедобывающей и автомобилестроительной промышленностям. Роль товара выполняет, собственно, сам человек, который перемещается из страны в страну. Эти перемещения по миру крайне неравномерны, так происходит по той причине, что существует огромная разница в социальном и экономическом развитии между отдельными странами. Наиболее развитые в этом плане страны Европы и Америка.

Туризм принимает активное участие в отношениях между государствами. Примерно 500 миллионов людей каждый год выезжают из своих стран в другие с туристической целью. Это весьма популярный способ

отдыха и развлечения, а ещё важная отрасль национальных экономик. Характерной особенностью международного туризма является то, что услуги производятся с малыми расходами «на месте», и сразу продаются потребителю. Он даёт порядочную прибавку объёму добавленной стоимости.

Но при этом данные про динамику развития международного туризма остаются приблизительными. Так как довольно проблематично проследить за туристическими потоками по всему миру. Сложность заключается в отсутствии комплексного способа их калькуляции. По оценкам ВОЗ, до 500000 человек находятся в полёте в любой момент времени. К тому же, само понятие слова «туризм» имеет плохо различимое очертания. Под этим понятием принято считать временное (до года) передвижение человека из места постоянного жительства и работы в другие точки земного шара и пребывание в них. Равным образом туризмом можно считать транзитный проезд государства с единоразовым ночлегом. В туризм не входят поездки, связанные с трудовой деятельностью, которая оплачивается в этой стране. Равным образом международным туризмом считается приём интуристов в определённой стране и отправка своих за границу. [26]

Международные поездки за период своего развития с середины до конца XX века приобрели некоторые определения и классификацию. В частности, международный туризм подразделяется на следующие виды: по целям, по мобильности, по форме участия, по возрасту, по длительности; по использованию транспорта и способу передвижения; по сезонности, рисунок 1.1. [44]

Международный туризм развивается под воздействием ряда факторов, которые можно разделить на две группы: 1) внутренние - непосредственно связаны с функционированием предприятий туристской индустрии; 2) внешние – определяются воздействием внешней среды. К ним относятся: политико-правовые, фактор безопасности путешествий, экономико-финансовые факторы, культурные факторы, социально-демографические факторы,



Рисунок 1.1-Классификация международного туризма и факторы на него влияющие[8]

сезонные факторы и другие. Рассмотрим подробнее эти факторы.

а) Политико-правовые факторы. В зависимости от того, какую политику проводит государство по отношению к туризму зависит развитие туристской отрасли;

б) Фактор безопасности путешествий. Для туристов стало нормой ожидать от правительств стран, заинтересованных в приеме гостей, осуществления мер по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов. Международные конфликты, военные действия, международная преступность, терроризм тормозят развитие туризма;

в) Экономико-финансовые факторы. Рост инфляции и безработица приводят к тому, что люди воздерживаются от туристских поездок, а рост национального дохода и доходов населения оказывает стимулирующее воздействие на развитие туризма. Уровень цен на продукты и товары туристского спроса – один из важных факторов, определяющих выбор места отдыха. В вопросах финансового регулирования для туризма большое значение имеет валютный курс, простота и доступность валютного обмена;

г) Культурные факторы. Культурная среда – один из тех ресурсов, который приводит к массовому туристскому потоку. Туристы посещают определенные места, имеющие мировую культурную ценность. Туристов также интересуют жизнь и быт других народов, поэтому для них представляют интерес выступления местного хора, ансамбля, элементы народного быта, фольклора, народных развлечений, праздников;

д) Социально-демографические факторы. В эти факторы входят изменение численности населения; возрастной и семейный состав населения; социальный состав населения и т.п.;

е) Инфраструктурный и коммуникационный фактор. Транспорт и туристская инфраструктура обеспечивают доставку туриста к месту отдыха и обратно, а также комфорт и безопасность. Не менее важна и информационная поддержка; [43]

ж) Технологические факторы. Достижения научно-технического прогресса широко используются в туристской индустрии, особенно на транспорте. Развитие телекоммуникационных технологий привело к созданию компьютеризированных систем бронирования мест на транспорте, в средствах размещения в режиме онлайн;

и) Фактор сезонности. Сезоном для того или иного туристского региона принято считать период года, когда ежемесячное количество прибывающих туристов превышает их среднемесячное число за год. В случае существования двух сезонов (чаще всего летнего и зимнего) между ними протекают межсезонные периоды. При наиболее высоком в году заезде пользуются термином «горячий сезон» (красный, высокий); период почти полного отсутствия туристов принято называть «мертвым сезоном» (синим, низким). Сезонность порождает серьезные проблемы в обслуживании туристов. В «горячий сезон» могут возникнуть трудности с транспортом, размещением, организацией питания, экскурсий для многочисленных туристов. Негативное последствие сезонности – в течение большей части года основная масса мест в гостиницах остается невостребованной. Для привлечения туристов вне сезона фирмы вынуждены проводить гибкую ценовую политику, активизировать деловой туризм: проведение конференций, семинаров, выставок. [8]

Итак, выше были рассмотрены внутренние и внешние факторы, которые оказывают влияние на развитие международного туризма. Кроме этого, существуют также экономические последствия от международного туризма, которые подразделяются на положительные и отрицательные. Позитивное воздействие может означать увеличение рабочих мест, повышение качества жизни для местных жителей и увеличение богатства района. Туризм также имеет преимущество в восстановлении исторических мест и поощрении оживления культуры. Туристское направление имело бы положительные последствия, если бы были улучшены природные условия,

национальные парки или искусственная инфраструктура, очистные сооружения.

Отрицательные последствия – это последствия, которые в большинстве случаев вызываются с пагубными последствиями для социальной и культурной сферы, а также для окружающей среды. По мере увеличения численности населения, ресурсы становятся неустойчивыми и исчерпываются, пропускная способность для туристов на месте назначения может истощиться. Часто, когда возникают негативные последствия, слишком поздно вводить ограничения и правила.

Для многих туристов основной причиной их отдыха является участие в различных видах физической активности и наслаждение взаимодействием с природой таким образом, каким они не могли бы сделать в обычной жизни. Эти мероприятия, такие как походы, каякинг, наблюдение за птицами, сафари по дикой природе, сёрфинг, подводное плавание и так далее, оказывают влияние на местную экологию. Даже самый экологически безопасный турист не может не оказывать какого-либо влияния, принимая участие в туристской деятельности. Существует небольшое, но значительное количество туристов, которые платят большие суммы денег, чтобы охотиться на львов, носорогов, леопардов и даже жирафов. Существует положительное и отрицательное, прямое и косвенное воздействие на окружающую среду, вызванное такой охотой.

Другим довольно вредным видом является подводное плавание. Есть много негативных прямых экологических последствий, вызванных рекреационными дайвингом. Наиболее очевидным является ущерб, нанесенный плохо опытными дайверами, стоящими на самом рифе или случайно попадающими на хрупкий коралл с их плавниками. Исследования показали, что «наивные» дайверы, которые занимаются подводной фотографией, значительно чаще могут случайно повредить риф. Поскольку стоимость оборудования для подводной съемки уменьшилась, и её доступность увеличилась,

неизбежно будет увеличение прямого повреждения рифов дайверами. Другие прямые последствия включают чрезмерный лов редких видов рыб.

Существует также непосредственное воздействие на окружающую среду из-за нарушенного и измененного поведения видов от кормления рыбы, а также импорт инвазивных видов и загрязнение, вызванное погружениями. Могут возникать как прямые, так и косвенные воздействия на окружающую среду посредством строительства построек, таких как гостиницы, рестораны и магазины, а также инфраструктуры, как дороги и электроснабжение. По мере развития больше туристов ищут куда поехать. Их воздействие соответственно увеличивается. Увеличивается потребность в воде для мытья, удаления отходов и потребления. Реки могут быть изменены, чрезмерно использованы и загрязнены потребностями туристов. Загрязнение шумом способно нарушить дикую природу и изменить поведение животных, а лёгкое загрязнение может нарушить кормление и репродуктивное поведение многих их видов. Когда питание подается дизельными или бензиновыми генераторами, возникает дополнительный шум и загрязнение. Общие отходы и мусор также являются результатом использования различных объектов и построек. По мере поступления большего количества туристов увеличивается потребление продуктов питания и напитков, что, в свою очередь, создает отходы полимерных и небиodeградируемых продуктов.

Таким образом, на международный туризм могут оказывать влияние как положительные, так и отрицательные факторы. В продолжении темы международного туризма, не лишним будет рассмотреть самые популярные международные туристические направления. Согласно рейтингам в сети Интернет, самыми посещаемыми странами в 2020 году стали: Франция, Испания, США, Китай, Италия, Турция, Мексика, Германия, Таиланд, Великобритания, Япония, Австралия, Греция, Гонконг, Малайзия, Россия, Португалия, Канада, Польша, Голландия, рисунок 1.2. [36]

Лучшие туристические направления по странам

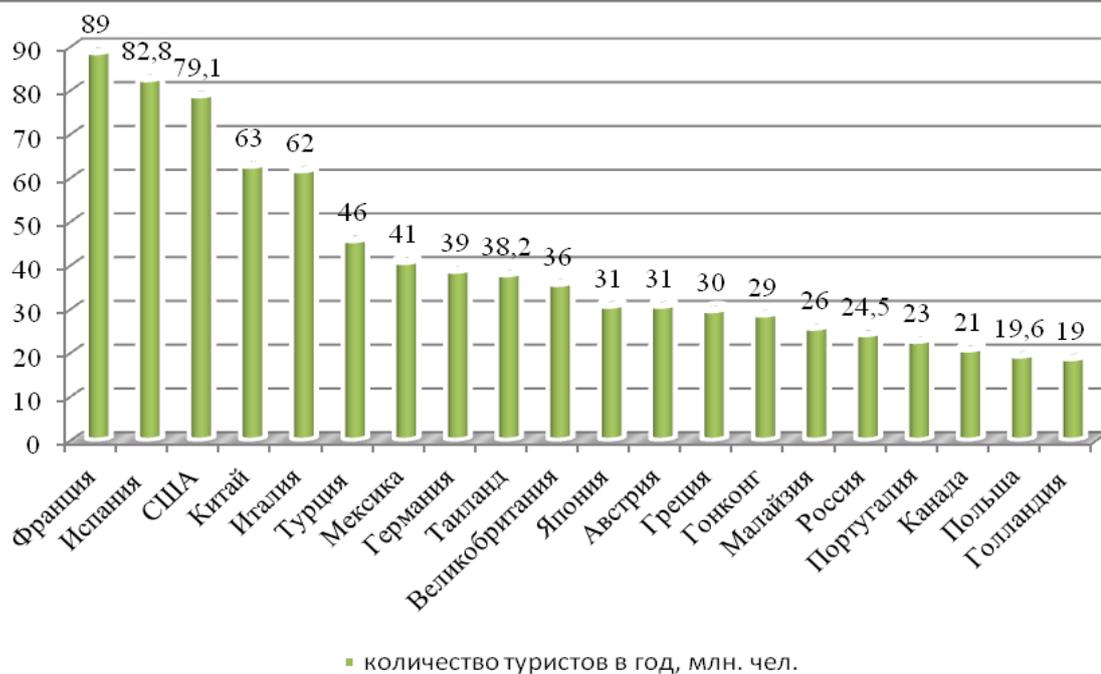


Рисунок 1.2-Лучшие туристические направления по странам в 2020 году[36]

Турция занимает 6 строчку рейтинга, в 2020 году страну посетило 46 млн. туристов. Столица Турции Стамбул. Регион: Юго-Западная Азия. Официальный язык: турецкий. Валюта: турецкая лира. Это государство четырех морей – Черного, Средиземного, Эгейского и Мраморного. В Турции туристы останавливаются в простой гостинице или фешенебельном отеле, могут расслабиться в спа-центрах, предаться разнообразным водным развлечениям или окунуться в ночную жизнь. Шоппинг, аквапарки, морские прогулки, представления и многое другое предлагает Турция своим гостям.

Отдых на побережье гармонично сочетается с экскурсиями к памятникам истории и природным объектам. Пребывание в Турции становится незабываемым после поездки в Стамбул с обилием красивейших мечетей, соборов и дворцов, прогулок по пещерным городам Каппадокии, осмотра античного Сиде, посещения Дюденских водопадов и других достопримечательностей. Зимой страна не теряет своей популярности; она открывает границы любителям горнолыжного спорта.

Выше в рейтинге находятся такие страны как: Франция, Испания, США, Китай, Италия. Первую строчку рейтинга занимает Франция (89 млн. туристов в год), Столица Франции: Париж. Регион: Западная Европа. Официальный язык: французский. Валюта страны: тихоокеанский франк, евро. Достопримечательностями в Париже является: Эйфелевая башня, а также необыкновенная архитектура – еще одно достоинство Франции, которое манит ценителей искусства. Они приезжают, чтобы увидеть Лувр, Нотр-Дам, Версальский дворец, ландшафты Елисейских полей и другие шедевры, снискавшие мировую славу. Летом местом притяжения для романтиков становятся лавандовые поля Прованса и уютные деревеньки. Любителей пляжного отдыха влечет к средиземноморскому побережью с его известными курортами в Каннах, Ницце и Сен-Тропе. Поклонники первозданной природы отправляются на Корсику с ее живописными горными ландшафтами, зелеными долинами и бухтами с чистой изумрудной водой.

Вторую строчку рейтинга занимает Испания, ежегодно в страну приезжает 82,8 млн. человек. Столица Испании: Мадрид; Регион: Южная Европа. Официальный язык: испанский. Валюта: евро.

Обладательнице культурного, исторического и природного богатства есть чем удивить своих гостей. Только в Испании можно услышать настоящий фламенко в исполнении горделивых и страстных испанок, побывать на захватывающей дух корриде, а также увидеть, как воплощают в жизнь грандиозный проект Антонио Гауди – Собор Святого Семейства (строительство храма началось в 1882г. и продолжается до настоящего времени). Знакомство с испанской культурой невозможно без посещения Мадрида, Барселоны, Таррагоны, Валенсии и других городов. Все они сохранили самобытность, уникальную античную и средневековую архитектуру и готовы рассказывать о событиях многовековой давности.

Пляжи – одна из главных достопримечательностей Испании. Побережья, окруженные скалами и сосновыми рощами, прозрачное Средиземное море и идеальная погода – все способствует релаксации и душевной гармонии. Фаворитами любителей пляжного отдыха из года в год остаются Тенерифе, Майорка и Канарские острова.

США занимают третью строчку рейтинга по посещаемости туристами. Столица США Вашингтон. Регион: Северная Америка. Официальный язык: английский. Валюта: американский доллар. Штаты настолько разнообразны по своей инфраструктуре, природе и особенностям жизни людей, что способны удивить и впечатлить даже бывалого туриста. Гавайи и Флорида принимают желающих предаваться солнечным ваннам или покорять морскую стихию, техасские деревушки напоминают о знакомом по фильмам Диком Западе, а Калифорния и Колорадо позволяют испытать себя на горных вершинах. Безусловными лидерами по турпотоку являются такие американские города, как Нью-Йорк с его небоскребами (Эмпайр Стейт Билдинг, в частности) и статуей Свободы, Вашингтон с обилием парков и архитек-

турных объектов, неспящий и шумный Лас-Вегас, очаровывающий своей красотой Сан-Франциско и притягательный для желающих посвятить жизнь кино Лос-Анджелес, в котором находится известный район Голливуд. В рамках данной работы, крайне сложно описать все туристические особенности наиболее популярных стран, более подробно характеристика этих регионов представлена в Приложении А.

Россия также входит в ТОП стран по посещаемости, хотя занимает не первые места. В 2021 году иностранный турпоток в РФ за 2 года сократился в 17,5 раза. В 2021 году зарубежные туристы побывали в России 288,3 тыс. раз, что в 17,5 раз меньше, чем в 2019-м (тогда иностранный поток превышал 5 млн. визитов), когда еще не было пандемии коронавируса COVID-19, из-за которой туристическая отрасль сильно пострадала. В 2021 году в Россию чаще всего приезжали граждане Кубы - свыше 72 тыс. визитов за год. Германия на втором месте - в 38,1 тыс. посещений. ОАЭ заняли третью строчку - 26,4 тыс. туристических визитов в Россию. [40]

В пятерку лидеров также вошли Турция (23,2 тыс.) и Индия (16,7 тыс.). На шестом месте фактически новый, но перспективный для России рынок въездного туризма - Катар. В 2021 году граждане этой страны совершили 10,3 тыс. туристических визитов в Россию. Это в четыре раза больше, чем в 2019 году. На седьмом месте – Казахстан. По оценкам туроператоров, многие визиты из этой страны совершались самостоятельно и не всегда с целью классического туризма. Тем не менее, группы из Казахстана в 2021 году тоже были. На восьмом месте – США. Турпоток в сравнении с 2019 годом сократился в 28 раз: с 241,1 тыс. до 8,7 тыс. в 2021 году. Замыкают Топ-10 въездных рынков России в 2021 году Сербия (8,1 тыс. визитов) и Армения (6,5 тыс.). Обе страны значительно сократили турпоток в сравнении с 2019 годом. [36]

Отметим, что из Китая при этом начали приезжать реже. Только 230 туристов в 2021 году посетили страну, по официальным данным АТОР. В

2019-м из КНР в РФ приехали 1,5 туристов. Всего в 2021 году иностранцы совершили 12,1 млн. визитов в Россию со всеми целями. Это на 2,5 млн. больше, чем в предыдущем году, но на 20,8 млн. меньше, чем в 2019-м. В основном поездки совершали граждане стран ближнего зарубежья.

В 2021 году российские туристы совершили более 10,1 млн. поездок за границу. Чаще всего в 2021-м туристы из РФ посещали: Турцию - 4,7 млн. поездок, 46,5% всего турпотока); Абхазию - 1,5 млн. (14,8%); Египет - 1 млн. (10,4%); ОАЭ - 612,8 тыс. поездок; Кипр - 560,7 тыс.; Грецию - 235,2 тыс., Мальдивы - 222,4 тыс.; Доминикану - 179 тыс.; Хорватию - 145 тыс. , Кубу - 144,2 тыс. Совокупная доля пятерки стран-лидеров (Турция, Абхазия, Египет, ОАЭ и Кипр) составила 83,3% всего выездного туристического потока в 2021 году, рисунок 1.3. [40]

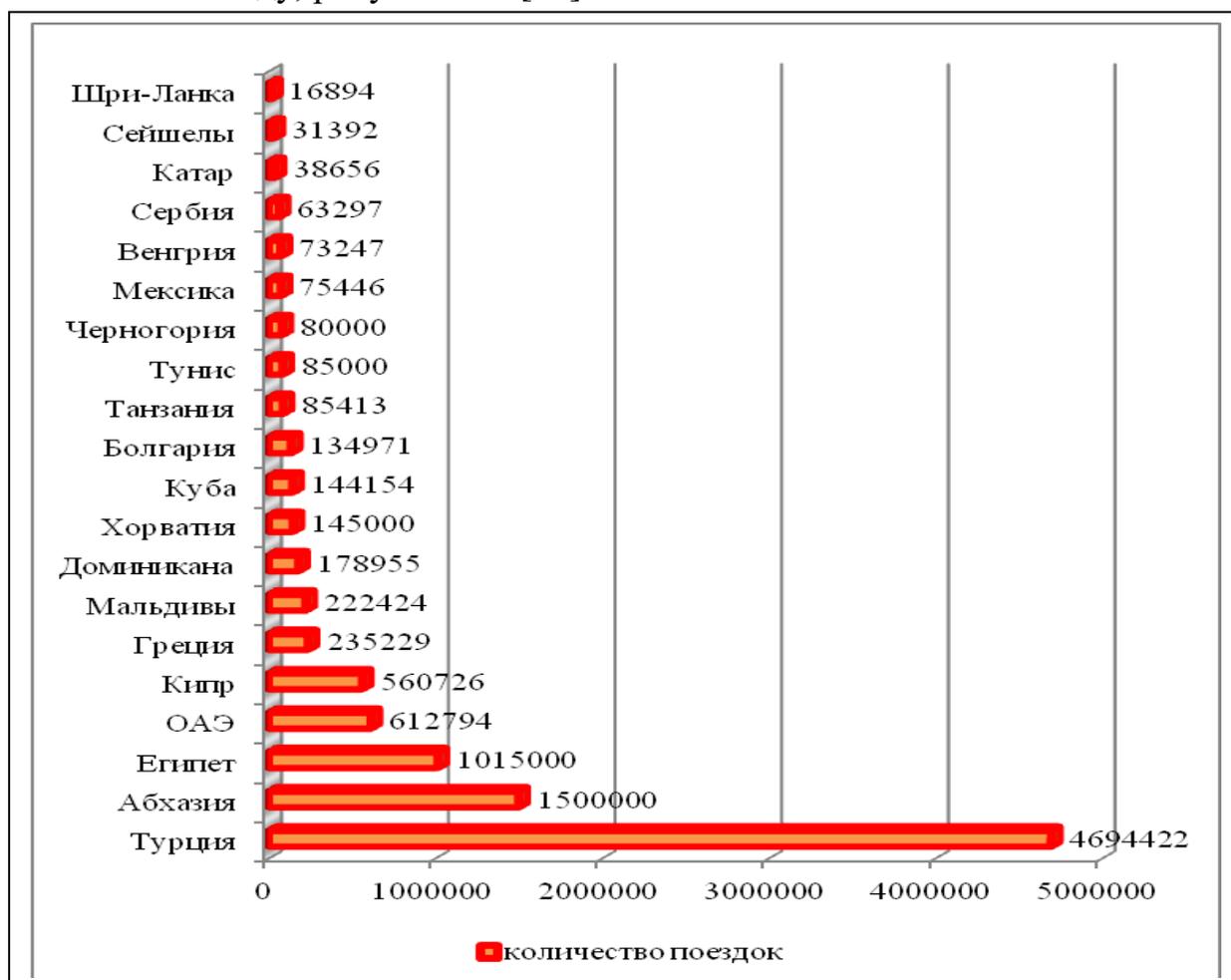


Рисунок 1.3-Самые посещаемые страны российскими туристами в 2021 году[40]

Отметим, что в 2021 году- 39,5% поездок пришлось на ближнее зарубежье. То есть Украину, Казахстан, другие страны постсоветского пространства, включая Абхазию и Южную Осетию. Еще 2,85 млн. поездок россияне совершили в страны дальнего зарубежья. Однако все преимущественно с нетуристическими целями: рабочие, учебные, частные визиты и так далее. Всего, по данным Пограничной службы ФСБ России, в 2021 году россияне совершили 21,4 млн. поездок за рубеж со всеми целями визита. Это на 51,4% больше, чем в 2020 году, но все еще на 55,4% меньше, чем в 2019 году (48 млн. поездок за рубеж).

В 2021 году россиянам была доступна возможность посетить 32 страны. Немногим зарубежным странам в 2021 году удалось превзойти показатели 2019 года. Формальный лидер тут Танзания – 1227,0% прирост по сравнению с 2019 годом, и это при том, что направление закрыли в апреле 2021 года и так и не открыли. Столь сильный рост объясняется кратковременным эффектом низкой базы и отсутствием альтернатив на тот момент. [40]

Таким образом, выше было рассмотрено понятие международного туризма, его виды и факторы, оказывающие влияние. Кроме этого, был представлен рейтинг наиболее посещаемых стран. Всемирная туристская организация (ВТО) прогнозирует, что международный туризм будет продолжать расти в среднем на 4,0% в год. С появлением электронной коммерции продукты индустрии стали одним из самых продаваемых товаров в Интернете. Туристические продукты и услуги доступны через посредников, хотя туристические провайдеры (отели, авиакомпании и т.д.), включая мелких операторов, которые могут продавать свои услуги напрямую. Это оказало давление на посредников, как в онлайн-овых, так и в традиционных организациях. Согласно тематике и структуры работы, для того, чтобы рассмотреть тенденции развития туризма в Республике Турция, перейдем к следующему параграфу исследования.

1.2 Тенденции развития туризма в Республике Турция

Турецкая республика занимает стратегически важную позицию на мировой карте, расположившись на стыке Среднего и Ближнего Востока, Балкан и Закавказья. Участие Турции в международных организациях: с 1952 года – член НАТО; с 1995 года – член ВТО; с 1964 года – ассоциированный член Евросоюза. [37]

Общая площадь государства составляет 783577 кв. км. Из них 97,0 % находится на территории Азии и 3,0 % – в Европе. На юге страна омывается Средиземным морем, на западе – Эгейским, на севере – Черным. Последние два отделяет друг от друга водная система, в которую входят пролив Дарданеллы и Босфор, Мраморное море. Соседями Турции являются: на северо-западе – Болгария и Греция; на востоке – Армения, Грузия, Азербайджан, Иран; на юге – Сирия и Ирак. С Россией и Украиной Турция граничит только на небольшом участке морской территории.

По оценкам Международного валютного фонда, экономика в Турции является одной из наиболее сильных в своем регионе и относится к разряду быстро развивающихся, даже несмотря на нынешнее состояние рецессии. Выгодное положение на карте мира, многоотраслевая структура, приток иностранных средств и дешевая рабочая сила – все это положительно влияет на экономические показатели, благодаря чему страна значится в перечне развитых государств.

Численность населения Республики Турции ежегодно увеличивается и в 2021 году составила 84,68 млн. человек, а это 1,28% выше показателя предыдущего года и на 30,88% превышает значение показателя начала анализируемого периода, рисунок 1.4. Количество детей до 15 лет в стране составляет 26,6 % от всего населения. Но в последние годы наметился спад рождаемости. По статистике Министерства образования, каждый год число первоклассников сокращается на 70-80 тысяч человек. Особенно остро этот

вопрос стоит в наиболее экономически развитых регионах – в провинциях, расположенных в районах Эгейского и Мраморного морей. [48]

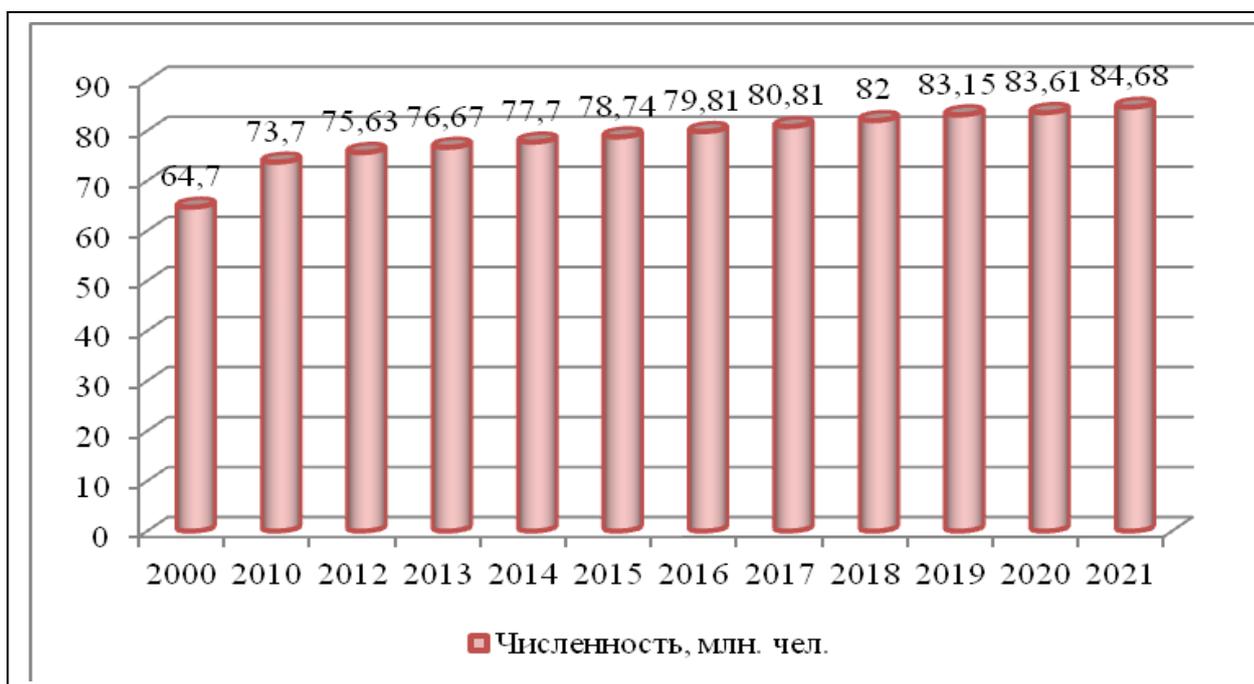


Рисунок 1.4- Динамика численности Республики Турции с 2000-2021гг.

Показатель безработицы в 2021 году составил 11,4%, это ниже, чем в 2019 году на 2,3% и почти в два раза превышает значение показателя 2000 года, рисунок 1.5. [48]



Рисунок 1.5- Динамика уровня безработицы Республики Турции с 2000-2021гг. [48]

Среди молодежи безработица достигает 23,6%. Цифры говорят о тенденции роста количества безработного населения. Пенсионный возраст в стране составляет 58 лет для женщин и 60 лет для мужчин. Но если у женщины 5 и более детей, она может уйти на заслуженный отдых в 48 лет. Минимальный порог пенсионного обеспечения сегодня составляет 1 603 лиры (примерно 294 долл. США). Правительством Турции было решено установить этот предел на уровне минимальной оплаты труда.

Рассмотрим основные отрасли и уровень экономики Республики Турции. Республика является аграрно-промышленным государством. В 80-х годах прошлого столетия турецкая экономика подверглась серьезному реформированию: аграрный сектор, ранее игравший доминирующую роль, был преобразован, а на первое место вышла крупная промышленность и сектор услуг (банковских, коммуникационных, туристических, медицинских). Это помогло добиться увеличения ВВП.

После мирового кризиса в 2000-е годы Турция пережила падение лиры, сложности в экономических отношениях и политические потрясения. В промежутке с 2010 по 2017 годы экономика государства росла темпами, которым и сегодня сложно найти аналоги во всем мире. Уже в 2017 году был отмечен рост показателей на 11,0 %, что позволило экономике Турции стать наиболее быстро развивающейся в G20 –Большой двадцатке.

В 2016 году стране пришлось пройти через важные политические события: попытку государственного переворота, проблем с безопасностью и ухудшением отношений с РФ. Но уже в 2019 году агентство Fitch Ratings составило прогноз, в котором говорится, что в ближайшие 5 лет уровень экономического развития Турции будет ежегодно расти на 4,8 %.[48]

Валовой продукт (ВВП) Республики Турции имеет смешанную динамику, с 2019 года показатель ежегодно растет и в 2021 году составил 767млрд. долл. США, это на 6,5% выше предыдущего года, и больше, чем в два раза превышает значение показателя 2000 года. Лучшими годами по ВВП

были 2016-2017гг., показатель достигал максимальных значений, рисунок 1.6.

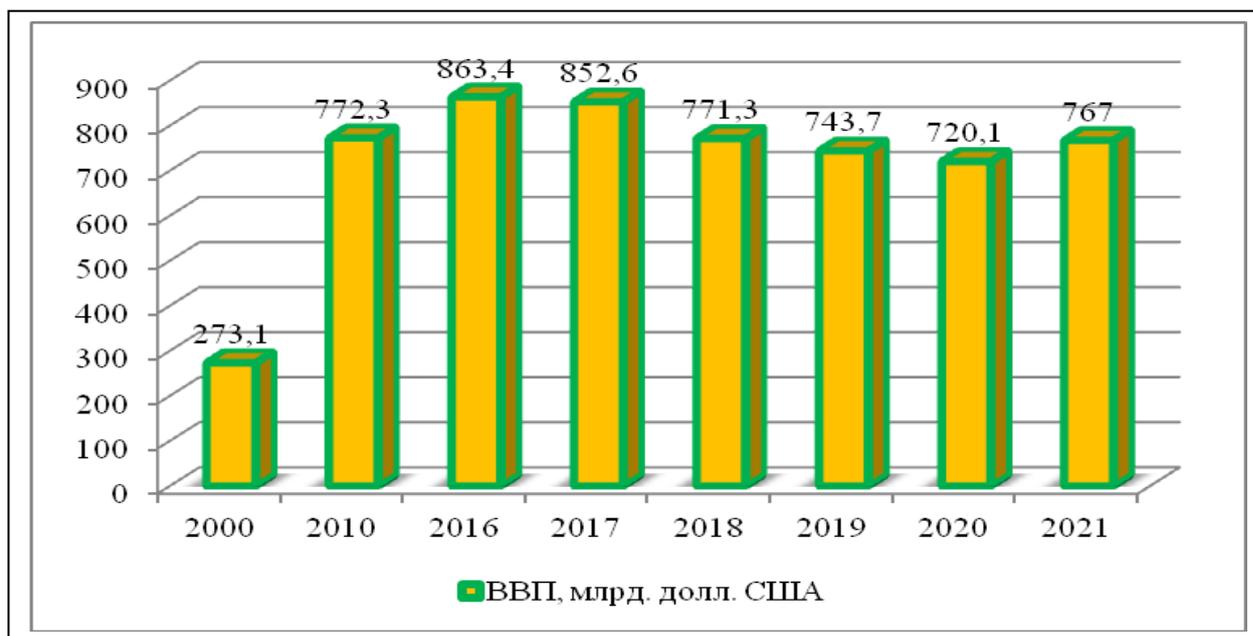


Рисунок 1.6-Динамика ВВП Республики Турции с 2000-2021гг. [48]

Ведущую роль в экономической сфере страны играет сфера услуг, включая связь, туризм и транспорт. Бюджет Турции также формируют производство и промышленность, сельское хозяйство. В производственной сфере наибольший вклад делают строительство и обрабатывающая отрасль – 84,0%. Хорошую прибыль государство получает от химической, текстильной, кожевенной, пищевой, фармацевтической сферы, а также от судостроения, энергетики, металлургии, автомобилестроения и производства электротоваров.

Стабильный рост показывает и покупка недвижимости на турецкой территории. Доля участия этого сектора в общем бюджете составляет в среднем в год 19,5 %. Наибольшим спросом пользуются объекты в Стамбуле и на побережье Средиземного моря. Показатели по другим отраслям: а)сельское хозяйство – на импорт продуктов питания приходится 10,7 млрд. долл. США в среднем в год, на экспорт –15,2 млрд. долл. США; б)производство пластмасс – порядка 30 млрд.долл. в год; в)экспорт удобрений приносит около 25 млрд. долл. ежегодно; г)продажа электроники – 7-8 млрд.долл.

США долларов (компьютеры, бытовая техника, оборонная электроника); пемза и барит – 19,4 млрд. долл. (первый результат в мире); экспорт химической промышленности – 17,5 млрд. долл. США в год (основные потребители – Ирак, Египет, Германия); текстильная отрасль приносит в бюджет порядка 24 млрд. долл. в год. [48]

Рассмотрим товары, которые производят в Турции. В аграрном секторе республика лидирует по продаже фиников, лесных орехов, абрикос, вишен, айвы и гранатов, занимает второе место в мире по реализации нута, огурцов и арбузов, третье – по экспорту помидоров, баклажанов, фисташек.

Довольно неплохо здесь развит автопром. Турция является одним из самых крупных производителей транспортных средств в Европе. Всего здесь действует 13 автомобильных заводов, на которых производится продукция следующих марок: Honda; FIAT; Ford; Opel; Daimler; Renault, Toyota; MAN и других. По выпуску пластмасс Турция вместе с Италией и Германией делит вторую позицию в Европе. Основные экспортируемые товары Турции: легковые, гоночные и грузовые автомобили; золото, обработанное и необработанное, в виде порошка; ювелирные изделия; нефть и продукты из нее; трикотаж машинной и ручной вязки; одежда.

К крупнейшим производителям товаров, которые поступают из Турции на европейские, российские и другие рынки, можно отнести: автозапчасти – Donmez Clutch, TPI Otomotiv, Kolayli Spider, Voyager, Cotech; бытовая техника – Goldmaster, Airties, Simfer, Namsan Metal, Korkmaz; бытовая химия – Titiz, Firuze Export, Bingo, Arba Kimya, Beyaz Kagit; строительные материалы – Tureks, Perek Trade and Consultant, Basaranlar, Deckline; сельскохозяйственная техника – Hisarlar, GMS Gencler Tarim, Landforce, Alpler, Corner Machinery; продукты питания – Tunclar, OZfresh, Ilsa, Yayanlar Kuruyemis, Sevher Gida, Ugur Bekiraga, Avsalarar; одежда – Q-Lady, Rozalio Baressa, Darkmen & Darkwin, Gumus Tekstil, Gonultas Tekstil, Jasmini; обувь – Hotic, Cabani, Polaris, Velinda, Beyoglu Ayakkabi; краска – Power Boya, Iba

Kimya, Pulver Kimya, Bianca Boya, Polisan; ковры – Dilek Carpet, Boyteks Tekstil, Sacli, Eruslu Tekstil; домашний текстиль – Seyizsan Textile, Othello, Bambu Tekstil, Maya Tekstil, Winbrella.

Рассмотрим экспорт и импорт Турецкой Республики. Хозяйственная деятельность Турецкой республики позволяет не только удовлетворять нужды ее населения, но и осуществлять внешнюю торговлю товарами. Являясь членом Всемирной организации торговли, турецкое государство заключило договоры о свободной торговле с десятками стран. Турция является экспортером таких видов товаров как: автомобили, золото; запчасти для автомобилей; ювелирные изделия; одежда и текстиль; продукты питания. Лучшими партнерами по экспорту являются страны: Германия; Великобритания; Италия; Объединенные Арабские Эмираты; Ирак. По данным на февраль 2022 года экспорт Турции составил 20004,19 млн. долл. США, рисунок 1.7.

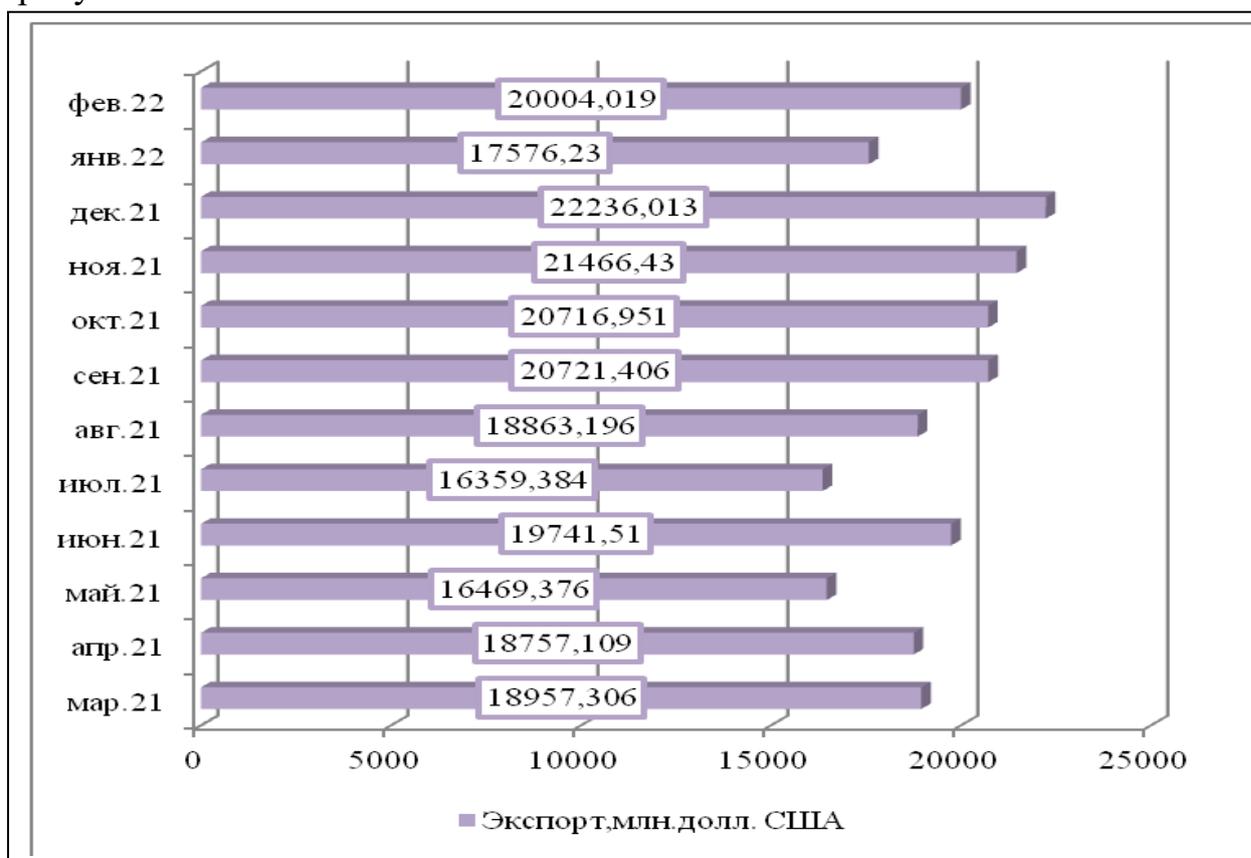


Рисунок 1.7-Динамика экспорта Республики Турции с марта 2021-февраль

2022 г. [48]

Лучшие партнеры по импорту Турции: Китай, Германия, Россия, Италия и США. Импорт Турции представлен следующими товарами: оборудование и машины; металлы; транспортные средства; топливо; продукция химической отрасли. Более 36,0% того, что ввозится на турецкую территорию, поступает из ЕС, чему способствует подписание договора о беспошлинной торговле. Из России импортируется 11,6 % от всего объема, из Китая – 9,3%, Германии – 9,5%, Италии – 5,5%, США – 6,6 %. За февраль 2022 год импорт Турции составил 27884,917 млн. долл. США, рисунок 1.8.

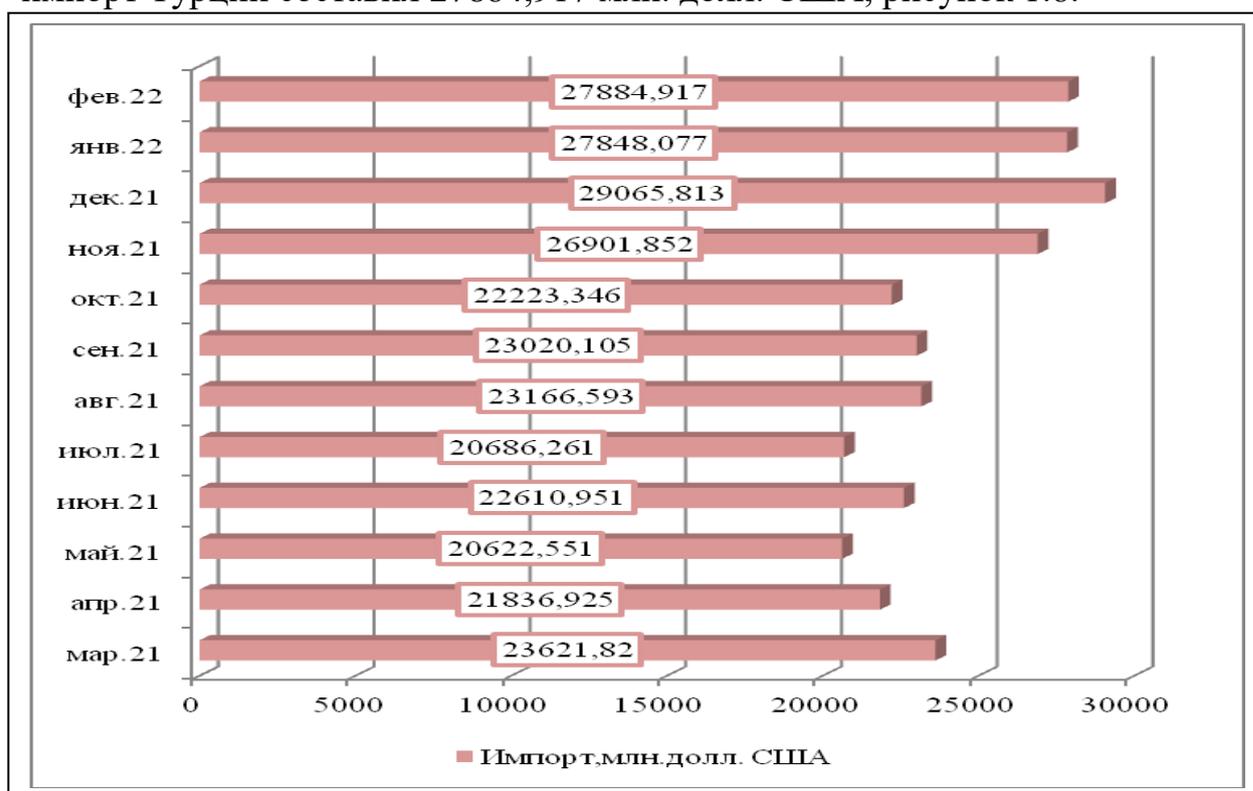


Рисунок 1.8 - Динамика импорта Республики Турции с марта 2021-февраль 2022 г. [48]

Одним из факторов, который оказывает благотворное влияние на быстрый рост турецкой экономики, является применение передовых технологий во многих секторах производства. Власти активно внедряют программу получения энергии из альтернативных возобновляемых источников. Так, к примеру, две ветряные станции (в Гекчеаде и Сарытепе) дают возможность вырабатывать порядка 200 мегаватт электроэнергии, что позволяет покрывать собственные нужды, а избыток экспортировать в Иран.

А в провинции Конья работает одна из самых крупных в стране солнечных станций. Хотя рынок товаров и услуг давно сформировался, он подчиняется местным правилам и стереотипам, что затрудняет выход иностранных компаний на турецкую экономическую арену. Что касается места данного государства на мировой экономической карте, то оно занимает пятую позицию в мире по выращиванию овощей и девятую – фруктов. На второй позиции Турция находится и по производству томатной пасты и кетчупа, занимает первое место в Европе по выращиванию табака и хлопка.

Рассмотрим банковский сектор Республики Турции. Бюджетная система государства на 88,0 % заполнена банковским сектором. В стране работает 47 банков, из которых: 3 государственных; 4 государственных инвестиционных; 9 частных; 16 иностранных; 5 частных инвестиционных; 4 иностранных инвестиционных; 2 банка, находящихся под управлением Госфонда страхования депозитов; 2 банка участия. Ключевая роль во всей этой системе отведена Центральному банку Турции. Основная его функция – регулирование вопросов, касающихся валютного рынка, поддержание стабильной ценовой политики и экономического развития государства. Центральный банк осуществляет эмиссию денежных знаков, является «последней инстанцией» в вопросах кредитования и обладает полномочиями запрашивать любую информацию у других финансовых учреждений контролировать их деятельность.

Рассмотрим промышленный сектор Турции. Первая нефть в Турции была добыта в 1940 году в районе Рамандага на северо-востоке страны. На сегодняшний день все нефтяные промыслы в Республике принадлежат государству. Управление ими осуществляет Институт горных исследований и разведок. Вторым важным районом добычи нефти в стране является Адана на юге Турции. Геологические работы ведутся также на побережье Черного моря неподалеку от города Мапаври. Разведывательные мероприятия по разработке месторождений нефти и газа начались и на востоке страны

(побережье Средиземного моря), что может привести к обострению отношений с Кипром.

Легкая промышленность в стране является одной из наиболее стремительно развивающихся отраслей. Подъем производства в значительной мере обеспечивает средний и малый бизнес. В конце прошлого века на экспорт шли в основном ткани, волокна, пряжа. Сегодня Турция является поставщиком готовой продукции. Основная специализация фабрик: одежда для детей и взрослых; обувь; аксессуары. Импортёрами текстиля из Турции выступают Украина, Россия, Евросоюз. В легкой промышленности сегодня занято более трети всех работников, задействованных в промышленности в целом.

Учитывая наполненность рынка дешевой продукцией из Китая, Бангладеша, Индии и Вьетнама, многие турецкие производители переориентировались на более дорогой сегмент – брендовую одежду. На товары легкой промышленности приходится 40,0% от всего экспорта. Многим сложно воспринимать данную территорию как индустриальное государство. Мало кто знает, что 5 самых крупных населенных пунктов страны – это еще и промышленные города Турции, а не просто туристические точки на карте:

1) Стамбул – вокруг него сосредоточилось большое количество фабрик по производству одежды и текстильной продукции.

2) Анкара – здесь расположены пивоваренная фабрика, цементный завод, металлургические и оружейные предприятия.

3) Измир известен производством грузовых автомобилей и автобусов.

4) Бурса – место сосредоточения швейных фабрик.

5) Адана – город с развитой текстильной, химической и пищевой промышленностью.

Рассмотрим аграрную сферу Республики Турции. Хотя территория страны представляет собой горную местность, сельское хозяйство позволяет в полном объеме обеспечивать жителей государства собственными

продуктами питания. Способствуют этому плодородные почвы и благоприятный климат. В аграрном секторе задействовано порядка 60,0 % населения страны. В Турции выращивают: маслины; картофель; фундук; абрикосы; миндаль; виноград; черешню; инжир; кукурузу; табак. Турция также знаменита пшеничными и хлопковыми полями. В целом, две трети всего дохода отрасли составляет результат работы сельскохозяйственного сектора. На втором месте расположилось животноводство. Роль лесного хозяйства и рыболовства является несущественной. [29]

Туристический бизнес Турции заслуживает отдельного внимания. Доля туризма страны составляет в среднем 10,0% ВВП ежегодно. Эта отрасль делает существенный вклад в общий бюджет. Республика располагает всеми предпосылками для развития туризма: выход к четырем морям; субтропический климат; 7200 км береговой пляжной линии; термальные источники; большое количество достопримечательностей. Наибольшей популярностью пользуются курорты: Мармарис, Анталья, Аланья, Сиде, Белек, Кемер, Бодрум. Абсолютными лидерами туризма в турецкое государство являются россияне. Доходы от туризма в Турции в среднем в месяц составляют 7000-10000 млн. долл. США, хотя в 2020-2021гг. наблюдается снижение этих видов доходов, рисунок 1.9. [38] [9]

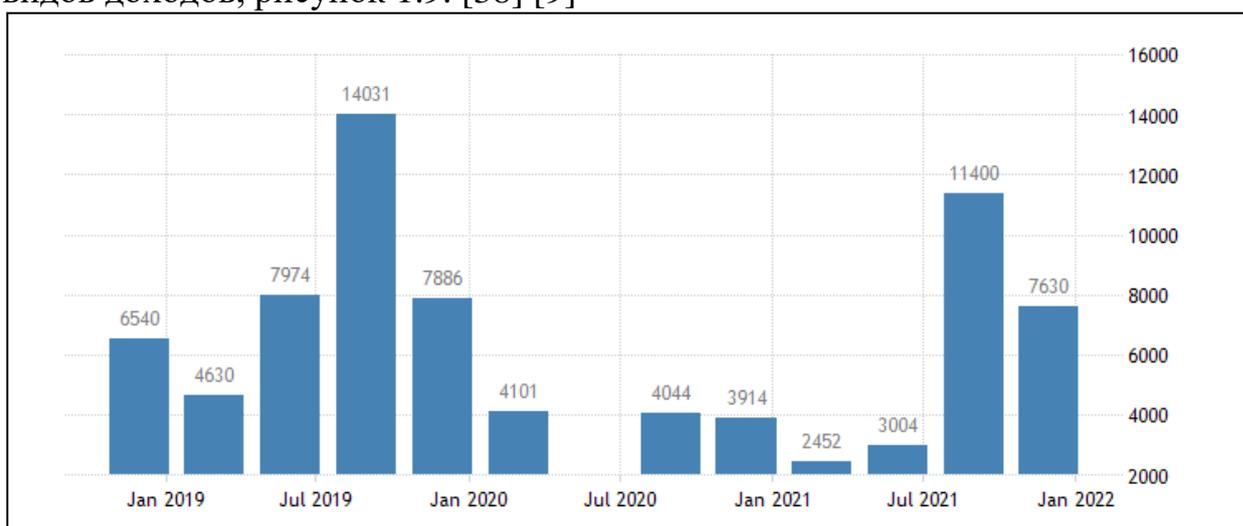


Рисунок 1.9-Доходы Республики Турции от туризма с января 2019-январь 2022 г., млн. долл. США[9]

Больше всего доходов от туризма приходится на расходы потребителей на еду и напитки, в 2020 году доля таких доходов составила 23,5%, столько же составили прочие расходы. В пределах 11,0-12,0% приходится расходов на покупку памятных туров и жилье, международный транспорт занимает 16,0-17,0%. Небольшая доля доходности по статьям расходов –на здоровье туристов, яхтенный туризм и туристические услуги, спорт, образование, культуры и транспорт внутри страны, рисунок 1.10.

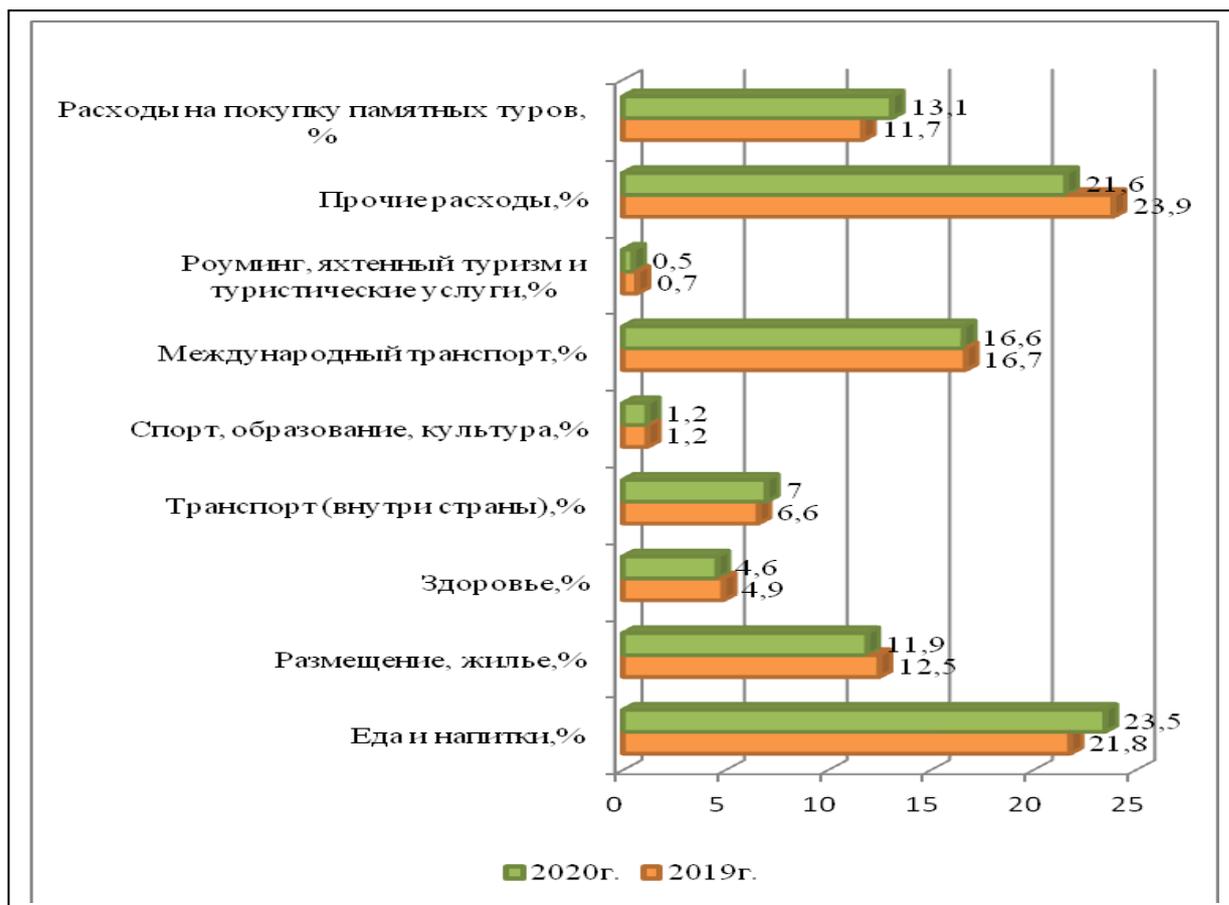


Рисунок 1.10-Доходы Республики Турции от туристической отрасли по видам расходов (1 квартал 2019-2020гг.) [15]

Таким образом, представленный выше анализ показал, что экономика Республики Турции не стоит на месте, развито несколько отраслей, в том числе аграрный сектор, легкая промышленность, промышленный сектор и другие. Важную роль в экономике Турции занимает туризм, он приносит в бюджет 10,0% от ВВП. Постоянными туристами Турции являются российские путешественники. Наибольшей популярностью пользуются куро- рты:

Мармарис, Анталья, Аланья, Сиде, Белек, Кемер, Бодрум. В последние два года туризм пострадал от кризисных явлений, происходящих в экономике, для того, чтобы подробнее рассмотреть эту часть вопроса, перейдем к следующему параграфу исследования.

1.3 Перспективные направления туризма Республики Турции после COVID-19

По окончании пандемии коронавируса Covid-19 сектор туризма Республики Турции ждут коренные изменения. Такого мнения придерживаются представители индустрии туризма в Турции. В частности, согласно прогнозам, ожидаются изменения в предпочтениях туристов и динамике развития сектора. Основные перемены в отдыхе в Турции в посткоронавирусную эпоху представлены на рисунке 1.11. Изменения могут достичь серьезных масштабов, начиная путешествиями и заканчивая остановкой в гостиницах. Грядут серьезные изменения, главным образом, это касается гостиничного бизнеса. Этот сектор обусловлен наличием большого числа людей в одном месте, что увеличивает угрозу инфицирования. [19]

1)Бутик-отели в Турции. Туризм Турции планирует, что после пандемии значительно возрастет спрос на услуги бутик-отелей. Эти отели переживут золотой век. Люди больше не будут предпочитать большие отели. Массовый туризм потеряет свою популярность. Основной упор будет делаться на гигиенические условия и безопасность здоровья. Бутик-отели характеризуются своей камерной атмосферой и своеобразным стилем. Они отличаются от более крупных сетевых отелей, предлагая индивидуальное обслуживание и стилизованные номера, созданные по определенным узконаправленным мотивам. [23] Несмотря на то, что четкого определения, что такое бутик-отель нет, все же их классифицируют по некоторым схожим

Основные перемены в отдыхе в Турции в посткоронавирусную эпоху

Отели должны будут «спроектировать» все свои объекты, включая стойки шведских столов в ресторанах, пляжи, лобби и бассейны так, чтобы обеспечить социальное дистанцирование.

Отели установят тепловые камеры на своих входах для измерения температуры тела для своих сотрудников и гостей.

Отели Турции также будут обязаны использовать системы дезинфекции для всего багажа клиентов в течение сезона.

Шведские столы будут сокращены, еду туристам станет раздавать персонал.

Десерты, фрукты и салаты будут подаваться на одноразовых тарелках.

Лежаки на пляжах и у бассейна будут размещены на расстоянии 1.5 метра друг от друга, а полотенца будут выдаваться, упакованные в пакеты.

Ключи от комнат должны будут дезинфицироваться ультрафиолетовыми лампами, а для заполнения туристами бланков регистрации при заселении будут в лобби использоваться одноразовые ручки.

Номера не будут использоваться в течение 24 часов после выезда гостей для стерилизации, а лифты не должны использоваться более чем одним человеком, за исключением семей.

Дистанционное управление телевизорами и кондиционерами в номерах будет дезинфицировано, а весь текстиль будет стираться при температуре 70 градусов Цельсия.



Рисунок 1.11-Основные перемены в отдыхе в Турции в посткоронавирусную эпоху[19]

чертам: размер, индивидуальность, дизайн, характер, местоположение, культура (концепция), сервис, гастрономия, клиенты. Более подробно особенности бутик отелей описаны в Приложении Б. В Турции не мало бутик отелей, наиболее известными являются: Alavya(деревня Алачаты), Karia Bel(Бозбурун (район Мармарис); Kassandra Boutique Hotel(Фетхие), Argos in Cappadocia (Каппадокия), Yacht Boheme Hotel(Фетхие), Gezi Hotel Bosphorus (Стамбул), Room Mate Emir (Стамбул), AJWA Sultanahmet (Стамбул), The Bank Hotel(Стамбул), Witt Istanbul Hotel(Стамбул) и другие, рисунок 1.12.



Рисунок 1.12- Фото наиболее известных бутик-отелей в Республике
Турция[23]

2)Повышение цен на жилье в Турции. Пока самолеты авиакомпаний простаивают, отельеры и арендодатели уже готовятся к тому, чтобы изменить формат принятия гостей. Так, многие сети гостиниц уже поставили в своих холлах специальную технику для дезинфекции рук и закупили специальные средства для персонала. Пятизвездочные отели устанавливают системы вентиляции, которые не будут пускать вирусы. Из-за этого отдых в отелях может значительно подорожать в первый год после открытия путешествий. Как сообщают эксперты, после пандемии цены стабилизируются. Кроме того, плохие новости ждут и тех, кто раньше не жил в отелях, а арендовал жилье. Владельцы заявили, что из-за пандемии они потеряли много денег, поэтому будут повышать цены.

3)Анимация по записи в Турции. Отельеры уже заявили, что пересмотрели программу развлечения для постояльцев отелей. Из-за соблюдения социальной дистанции и отмены массовых мероприятий, в отелях больше не будет классической анимации, выступлений и развлечений для детей. По словам владельцев гостиниц, аниматоры будут набирать небольшие группы детей и работать с ними в течение дня. Все развлечения будут по расписанию для каждой отдельной семьи. То же самое касается посещения пляжей и бассейнов. Возможно, Турция возьмет за базу опыт в Италии, где всем посетителям пляжей выдали браслеты, которые пищат при несоблюдении дистанции.

4)Отмена All Inclusive в Турции. Туристы могут попрощаться со шведским столом на ближайшее время, так как он может быть распространителем инфекции. Мало того, что люди постоянно толпятся около разных блюд, так они еще и находятся в открытом доступе, то есть любой человек может кашлянуть или чихнуть, тем самым заразив весь отель. В гостиницах уже предположили, что рестораны будут работать по-новому. Например, каждая семья будет приходить в определенное время, чтобы официанты и гостей смогли рассадить их на безопасном состоянии. Вся еда в отелях будет

подаваться, как в ресторанах и кафе, то есть у людей будет меню, а официанты принесут им то, что они хотят. Уже не будет столов на 15 человек. Их заменят столы, рассчитанные максимум на 6 человек. [20]

5)Пляжи Турции. Вход на пляжи будет более ограниченным. Расстояния между шезлонгами увеличат. Отдыхающих обяжут держаться на определенном расстоянии друг от друга.

б)Круизный туризм в Турции. Прогнозируется, что изменения произойдут и в секторе круизного туризма. На судах некуда бежать друг от друга. Если заболит один пассажир, то за короткое время могут заразиться все на борту. Даже если от коронавируса найдут вакцину или препарат, люди некоторое время будут бояться окружающих. Каждые два года появляется какой-то новый вирус. Теперь люди будут испытывать намного большую потребность в соблюдении условий гигиены. В связи с этим, групповые туры и путешествия потеряют актуальность.

7) Конгресс-туризм в Турции. То же самое можно сказать о конгресс-туризме. Отныне компании в большинстве случаев будут проводить мероприятия в режиме видеоконференции, особенно если учесть, что это менее затратно.

Итак, выше были описаны некоторые изменения в туризме Республики Турции после пандемии. Со 2 марта 2022 года в Турции почти полностью отменён масочный режим. Однако, существуют определенные правила въезда и перечень необходимых документов, Более подробно об этом написано в Приложении В. Отдых в Турции имеет как плюсы, так и минусы, поток туристов, желающих провести отпуск в Республике, не иссякает, потому что преимущества такого выбора очевидны, рисунок 1.13.

Основные курорты Турции: Сиде, Кемер, Белек, Алания, Анталия, Мармарис, Бодрум, Фетхие, Лара, Конаклы, Бельдиби, Олюдениз, Манавгат, Текирова, Каппадокия, Кириш, Памуккале, Чамьюва, Даламан, Кушадасы и другие.



Рисунок 1.13- Плюсы и минусы отдыха в Республике Турции[17]

Перспективы развития туризма в Турции являются благоприятными, страна объявила о новых стратегических целях туризма до 2023 года. Фактически, речь идет об удвоении въездного потока. Согласно «Стратегии туризма Турции -2023г.», в 2023 году Турция должна принимать более 75 млн. туристов, зарабатывая на этом 65 млрд. долларов. К указанному году в пересчете на одного туриста количество ночевек должно возрасти с 9,9 до 10, а средний уровень расходов должен составить не менее 86 долларов за ночь.

Раскрыть привлекательность Турции как туристического направления планируется через работу Агентства по развитию туризма, в фонд которого обязательны отчисления с 1 октября 2019 года всех участников туристического рынка. Рекламный бюджет на промо будет существенно увеличен и достигнет 220 млн. долларов, для сравнения в 2019 году он составлял 72 млн. долларов. Каналами продвижения будут телевидение, радио, пресса, соцсети и dital-платформы. При этом наряду с маркетингом на иностранные рынки, рекламные акции планируются и для внутренних туристов. Будут изыскиваться возможности для снижения стоимости пакетных туров на внутреннем рынке на 15,0-60,0%. [19]

Основная цель – привлечение в Турцию путешественников с высоким потенциалом расходов, для чего будут разрабатываться новые продукты. Например, под отдельным брендом «Turkey Flavor Map» будут продвигаться гастрономические проекты и маршруты. Турция будет работать над включением своих культурных и природных объектов в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО. Больше внимания будет уделяться медицинскому и оздоровительному туризму, так как он априори «приносит» больше туристов с большим уровнем расходов.

Также в списке приоритетных направлений – образовательный, спортивный и паломнический туризм, конгресс-туризм, круизы и событийный туризм. Из принципиально нового, что не звучало в прежние годы, это развитие велосипедного туризма. Под эти цели в стране будут создаваться

велодорожки и веломаршруты, и развиваться отели для велосипедистов. К 2023 году количество таких объектов увеличится со 100 до 1500.

Не обошлось и без экологических инициатив. Поддержку получают регионы и курорты, которые будут больше внедрять «зеленых» проектов. Стратегически важным объявлено увеличение на треть количества пляжей с Blue Flag и отелей, имеющих сертификат Green Star.

Приоритетными перспективными рынками названы Китай, Индия, Южная Корея, Япония, которые, являются основными выездными рынками в азиатском регионе. Предполагается, что турпоток из АТР будет ежегодно расти на 30,0% и достигнет 4 млн. человек к 2023 году. Во многом в этом процессе ставка делается на новый аэропорт Стамбула, который заработал в 2019 году. [38]

Продолжит Турция работу и на своих основных рынках, которые «все еще отправляют большое количество туристов». При этом Турция будет больше продвигать свой продукт в странах Центральной и Восточной Европы: Польше, Румынии, Чехии и Словакии. [38]

Несмотря на то, что Турция планирует в разы увеличить туристический поток, тем не менее, турецкие эксперты говорят и о том, что турецкие курорты и города инфраструктурно не готовы принимать и «перерабатывать» такое большое количество туристов: нет достаточного количества транспорта, дорог, инженерных и очистных коммуникаций. В любом случае, перспективы отрасли туризма в Турции являются радужными, поэтому формировать и продвигать туристические продукты в эту страну является перспективным направлением. Для того, чтобы на примере туристической компании разработать новый туристический продукт и дать оценку ее деятельности, перейдем к следующим главам исследования.

2 Методы оценки развития туризма в Турции на рынке предоставления международных туров

2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности туристической организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»

Туристическая организация ООО «Компания ТЕЗ ТУР» работает под брендом Tez Tour. Международный туристический оператор Tez Tour начал деятельность в 1994 году. База компании насчитывает 30 стран, лидирующее место занимает Турция. Сегодня в ассортименте компании такие направления, как: Австрия, Андорра, Беларусь, Болгария, Венгрия, Греция, Грузия, Доминикана, Египет, Израиль, Индонезия, Испания, Италия, Китай, Кипр, Куба, Маврикий, Мальдивы, Мексика, ОАЭ, Португалия, Россия, Сейшелы, Таиланд, Турция, Франция, Чехия, Шри-Ланка, рисунок 2.1. [21]

Сотрудничество TEZ TOUR с более чем 20 международными и национальными компаниями, работающими на отправку и прием туристов, позволяет туроператору качественно предоставлять услуги туристам из России, Болгарии, Белоруссии, Молдавии и Казахстана.

Профиль туроператора – высококачественное обслуживание клиентов на самых популярных направлениях зарубежного туризма. Компания TEZ TOUR предлагает множество возможностей для потребителя, это и пляжный отдых; отдых на островах, горнолыжные, экскурсионные, тематические, событийные туры; детский отдых; MICE и корпоративное обслуживание; VIP-туры и индивидуальные услуги: эксклюзивные и нестандартные программы, авиабилеты на регулярные и чартерные рейсы, экскурсии и трансферы в любой точке мира, страхование туристов за рубежом, визовая поддержка, Call-центр 24/7, рисунок 2.1.

Отдых на островах – прекрасное времяпровождение, которое дарит путешественникам гармонию покоя и море ярких впечатлений. На островах для туристов предусмотрены качественные отели, отличный сервис, а также

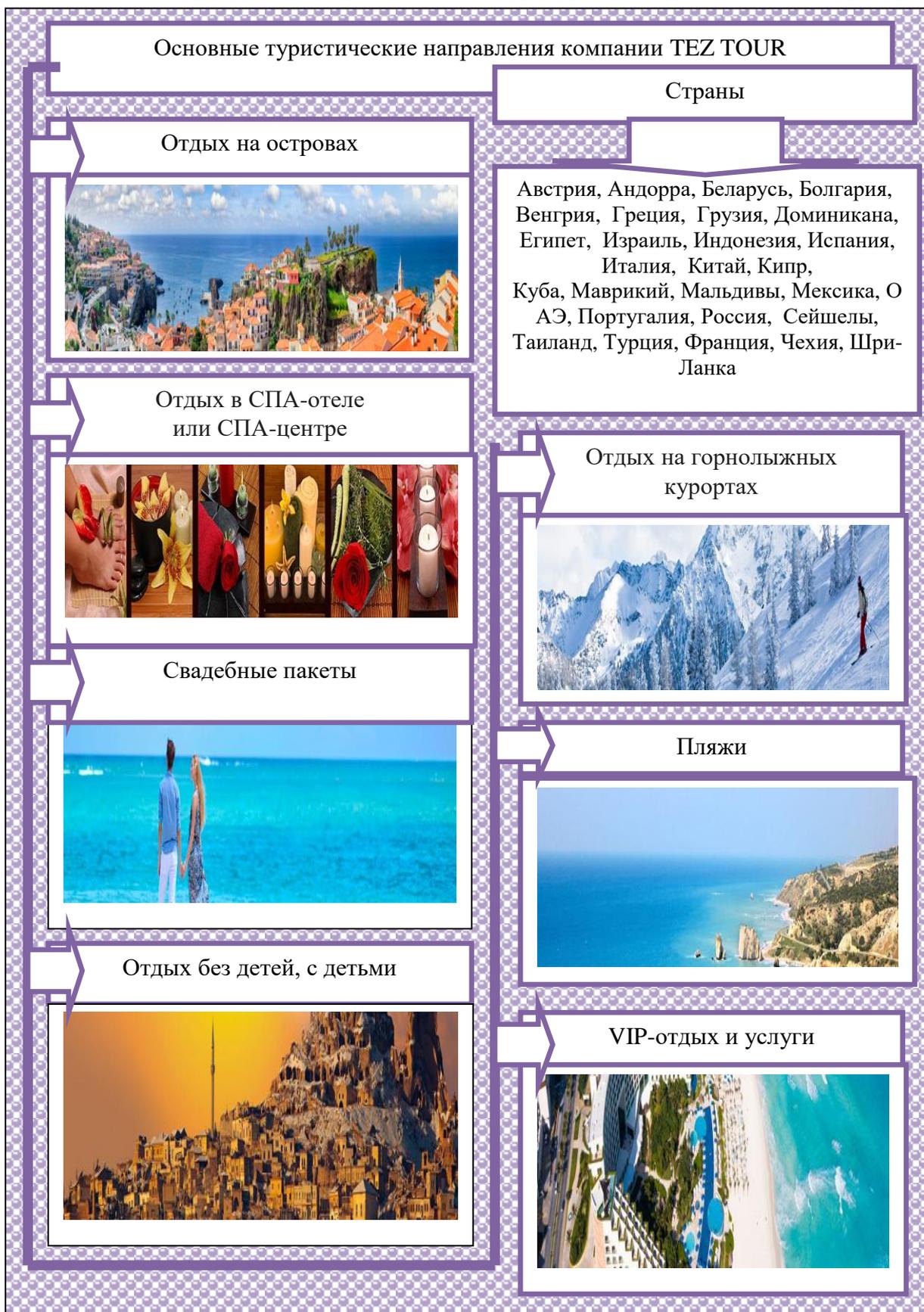


Рисунок 2.1-Основные направления туризма и виды туров ООО

«Компания ТЕЗ ТУР» [49]

великолепные и разнообразные пляжи. Средиземноморские острова Испании и Италии радушно принимают гостей и поражают туристов своеобразием местной культуры и необычными праздниками. Канарские острова славятся удивительными вулканическими пейзажами, а архипелаги Индийского и Тихого океанов надолго запоминаются экзотическим буйством природы.

Компания TEZ TOUR предлагает также свадебные пакеты. Организация свадьбы за границей – это символическая свадьба для обновления клятв, крещения, венчания – все эти церемонии можно провести в окружении очаровательной природы или в исторических зданиях, на райских пляжах или в престижных клубах. TEZ TOUR организует свадебные туры с вниманием ко всем мелочам и предлагает организацию свадьбы во многих странах.

Отдых без детей – это отличное времяпровождение, которое подходит не только молодым парам, но и любым другим категориям туристов. Существуют отели для взрослых самой разной направленности: какие-то ориентированы на молодоженов и романтические пары, другие – на любителей тишины и уюта, третьи предназначены для тех, кто влюблен в новые знакомства, буйные вечеринки и веселье ночь напролет.

Для отдыха с детьми на море компания TEZ TOUR подобрала самые удобные и уютные отели. В них есть все для того, чтобы и самые маленькие гости, и младшие ребята, и подростки нашли себе занятие по душе, а родители чувствовали бы себя на отдыхе. Особые детские меню и бассейны, специальная анимационная программа, няни для младенцев и малышей, мини-клубы и комнаты для игр, вся необходимая мебель и оборудование и др.

Внимание стоит обратить на детские лагеря в Австрии и Испании! За летние или зимние смены ребята могут повысить уровень иностранного языка, научатся кататься на лыжах или играть в футбол, поправят здоровье и найдут отличных новых друзей. А отели для отдыха с детьми – это прекрасная возможность провести время всей семьей!

Отдых в СПА-отеле или СПА-центре создает приятные впечатления в любое время года. Многие страны предлагают туристам отдохнуть на термальных курортах. К услугам туристов- бальнеологические центры и разнообразные термы, талассотерапия и самые последние новинки в мире СПА. TEZ TOUR предлагает роскошный и оздоравливающий отдых в различных странах.

Пляжи- это один из самых приятных моментов в жизни – окунуться в прозрачную морскую воду . Пляжные туры – самый популярный вид отдыха во всем мире. TEZ TOUR предлагает отправиться на пляжный отдых за границу, провести отпуск в лучших пляжных отелях мира, посмотреть на самые популярные курорты и получить массу новых положительных впечатлений.

К услугам туристов- самые удивительные и модные рестораны, СПА-салоны и экскурсионные программы. Туристы смогут побывать на самых красивых пляжах Средиземного моря, окунуться в воды Карибского моря и Индийского океана, полюбоваться закатами в Юго-Восточной Азии! TEZ TOUR предлагает роскошный отдых в Болгарии, Греции, Доминикане, Египте, Испании, Италии, на Кипре, Кубе, Мальдивах, в Мексике, ОАЭ, Таиланде и на Шри-Ланке.

VIP-отдых для самых требовательных туристов, отели класса люкс, перелеты премиум и бизнес-класса, встреча у трапа самолета с цветами и быстрое прохождение всех необходимых формальностей в аэропорту. Отдохнув как VIP-клиенты с TEZ TOUR, туристы узнают, что такое настоящая роскошь и высочайший уровень сервиса. Исторические дворцы и отели для взыскательных туристов, уютная домашняя атмосфера и уединенность вилл класса люкс или блестящее общество в высокотехнологичных и современных интерьерах. К услугам туристов - индивидуальные гиды и самые необыкновенные экскурсии, великолепные яхты, эксклюзивные рестораны и полеты на легкомоторных самолетах. Путешественники

окажутся в мире, где предусмотрено все до мелочей. Множество приятных услуг позволяют сделать отдых незабываемым. VIP-отдых с TEZ TOUR – это для настоящих ценителей роскоши и престижа!

Отдых на горнолыжных курортах – это один из самых популярных способов провести отпуск в движении и получить массу приятных воспоминаний и отличный заряд бодрости. TEZ TOUR предлагает горнолыжные туры на любой вкус и любое время: короткие поездки на выходные и длительные путешествия по самым интересным и популярным горнолыжным курортам мира! Туристы могут отправиться на один из альпийских курортов Австрии и наслаждаться самыми обустроенными трассами Европы. Посмотреть на Доломитовые Альпы – самые красивые горы Италии, открыть для себя новые трассы Пиренеев, научиться кататься в Родобах или Рильских горах Болгарии, посетить знаменитые курорты Грузии и России! Горнолыжные курорты Франции встретят туристов снежными вершинами и отелями с VIP-уровнем обслуживания. TEZ TOUR предлагает активный отдых в различных странах.

Итак, выше кратко были рассмотрены основные туристические направления организации туров ООО «Компания ТЕЗ ТУР». Пакетные предложения сформированы на базе чартерных и регулярных рейсов ведущих авиакомпаний мира с современным авиапарком. Среди них Aeroflot, iFly, S7 Airlines, Aegean Airlines, Ural Airways, Thai Airways, Emirates, Yakutia, Qatar Airways, Yamal, Air Baltic и другие.

В отельной сфере партнеры туроператора - ведущие гостиничные цепочки, среди них Marriott, Sheraton, Hilton, Jumeirah, Radisson, Aldemar, Grecotel, Le Meridien, Sol Melia, Princess, Hilton, Iberostar, Four Seasons, Ikos и др. Во всех странах клиентов обслуживают высококвалифицированные сотрудники с большим опытом работы в туристической сфере, обеспечивающие поддержку туристов на отдыхе и оперативное решение любых вопросов. [49]

TEZ TOUR имеет заслуженную репутацию одной из самых высокотехнологичных компаний на российском туристическом рынке. В 2019 году компания запустила онлайн-агрегатор туристических продуктов и услуг для профессионалов турбизнеса - TEZ Plus. Сервис предоставляет возможность в одном окне забронировать авиабилеты, отели, экскурсии и трансферы по всему миру, а также динамически объединить все выбранные турпродукты в один тур. На сегодня в TEZ Plus доступны: более 600 тыс. отелей, вилл и апартаментов по всему миру, авиабилеты на регулярные рейсы, лоукостеры и чартеры, трансферы, такси, групповые и индивидуальные экскурсии на русском языке, визы и аренда авто.

Главными преимуществами TEZ TOUR являются следующее: собственные принимающие и отправляющие офисы; прогрессивная и удобная система онлайн-бронирования; индивидуальный подход к каждой заявке; работа только с проверенными и надежными партнерами; широкий выбор туров и направлений; большой опыт работы и высокий профессионализм сотрудников; постоянный контроль качества; оперативное решение любых вопросов, поддержка 24/7; репутация одной из самых высокотехнологичных компаний на туристическом рынке.

Компания TEZ TOUR в цифрах выглядит следующим образом: более 30 партнерских офисов по всему миру для обслуживания туристов; более 2000 сотрудников; более 1200 квалифицированных гидов; более 30 направлений и свыше 10 млрд. туров; более 15000 туристических партнеров; лучшие контракты с более 7500 отелей по всему миру; более 150 авиакомпаний-партнеров, рисунок 2.2. Уже четверть века ООО «Компания ТЕЗ ТУР» работает ради самых ярких и незабываемых впечатлений путешественников, предлагая лучшие условия для комфортного и качественного отдыха. Потенциальные потребители компании могут наслаждаться отпуском на лучших пляжах, исследовать уникальные достопримечательности мира или отправиться на покорение снежных вершин.



Рисунок 2.2-Туристическая организация ООО «Компания ТЕЗ ТУР» в цифрах и ее место в профессиональном сообществе[49]

Возглавляет компанию Генеральный директор, в его подчинении находятся все структурные подразделения компании, в том числе и помощник генерального директора. Основными структурными подразделениями компании являются: отдел внешнего туризма, отдел внутреннего туризма, сувенирной продукции, визовой поддержки, рекламной деятельности, отдел по работе с клиентами, бухгалтерия, отдел по работе с персоналом. По типу структура управления компанией TEZ TOUR является линейно-функциональной, рисунок 2.3.



Рисунок 2.3 Структура управления организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»

Все работники туристической организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР» осуществляют свою деятельность на основании локальных нормативно-правовых актов, должностных инструкций, Правил техники безопасности, трудового законодательства и др. В компании TEZ TOUR также предусмотрена корпоративная культура, которая основывается на следующих ценностях: порядочность, ответственность, последовательность, ориентиро-

ванность на клиентов, креативность, командность, профессионализм, таблица 2.1.

Таблица 2.1- Корпоративная культура организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»

№ п/п	Ценности	Характеристика ценности
1	Порядочность	Мы всемерно поощряем честность, способность соблюдать нормы и правила Компании, уважение к делам Компании и ее сотрудникам.
2	Ответственность	Мы ощущаем внутренний дискомфорт за невыполненную или некачественно выполненную работу, решения и поставленные задачи.
3	Последовательность.	Мы приверженцы принятых решений (стратегии).
4	Ориентированность на клиентов	Все наши устремления направлены на создание продукта, востребованного Клиентом. При этом интересы Клиента стоят не ниже интересов менеджмента и/или акционеров.
5	Креативность.	Мы поощряем новаторство, ориентацию на успех, самоотдачу и творческий подход к делу.
6	Командность	У нас принято придерживаться командных принципов: объединенность устремлением к общей цели, в частности сопричастность и взаимовыручка.
7	Профессионализм	Мы ожидаем от всех членов Команды эффективного выполнения поставленных задач на базе имеющихся у них знаний и опыта, а также способности к самообучению.

Команда TEZ TOUR - инициативная группа единомышленников, объединенная нравственными и этическими нормами, едиными целями, устремлениями и темпами развития, которая способна профессионально и эффективно достигать поставленные цели компании.

Успех деятельности компании подтверждается множеством побед и наград, она являлась победителем премии «GREEK HOSPITALITY AWARDS 2018» и «GREEK HOSPITALITY AWARDS 2019» в номинации «Лучший Туроператор»; также обладатель награды за вклад в продвижение эмирата Рас-эль-Хайма в 2019 году; обладатель диплома в номинации «Лучший туроператор по направлению Турция» XXV Международной премии «Лидеры туриндустрии» за 2019 и другие, таблица 2.2.

Таблица 2.2-Победы и награды туристической компании TEZ TOUR

№ п/п	Победы и награды	№ п/п	Победы и награды
1	Обладатель ордена «За профессиональную честь, достоинство и почетную деловую репутацию III степени»	2	Победитель премии «Travelers' Choice Favorites» в номинации «Любимые торговые марки путешественников» в 2015 и 2016 году
3	Победитель национальной премии «Народная марка/Марка №1 в России» в номинации «Туроператор»	4	Победитель премии «GREEK HOSPITALITY AWARDS 2018» и «GREEK HOSPITALITY AWARDS 2019» в номинации «Лучший Туроператор»
5	Победитель премии Friends of Thailand Awards 2008 в номинации «Международный туроператор»	6	Обладатель награды за вклад в продвижение эмирата Рас-эль-Хайма в 2019 году
7	Победитель исследования «Ридерз Дайджест» в номинации «Туроператор» в 2008, 2009 и 2010 году	8	Обладатель диплома в номинации «Лучший туроператор по направлению Турция» XXV Международной премии «Лидеры туриндустрии» за 2019
9	победитель конкурса «Выбор года» в Белоруссии в 2007, 2008, 2009, 2010 и 2019 году в номинации «Туроператор года»	10	Официальный агент национального перевозчика «Аэрофлот - российские авиалинии»
11	Победитель в номинации «Туризм» ежегодной профессиональной премии в области продаж, маркетинга и рекламы - Sales Business Awards	12	Член Международной Ассоциации Воздушного Транспорта
13	Обладатель награды Министерства туризма Египта за 2008 и 2009 год	14	Член Российского Союза Туриндустрии
15	Обладатель высшей награды «Аэрофлота» по итогам работы за 2006 год	16	Член Международной Туристической Организации (WTO)
17	Лауреат премии «ТБГ. Туристические бренды» в 2003 г. и победитель в номинации «БРЕНД № 1» в 2004, 2005, 2006 годах	18	обладатель премии «Путеводная звезда» в категории «Выездной туризм» Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы за 2011 год
19	Лауреат ежегодной туристической премии «Звезда Travel.ru» за 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 и 2009 в нескольких номинациях	20	Обладатель награды авиакомпании Etihad Airways в категории Pearl Agent по итогам работы за 2011 год

Итак, выше была рассмотрена характеристика деятельности туристической организации TEZ TOUR, которая много лет работает на туристическом рынке и осуществляет продажу туристических продуктов в различ-

ные международные направления, основным из них является- Турция. В компании существует линейно-функциональная структура управления, организация имеет множество побед и наград, успешная деятельности туроператора подтверждается также экономическими показателями. Для того, чтобы рассмотреть эту часть вопроса, перейдем к следующему параграфу исследования.

2.2 Оценка деятельности туристической организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»

Проведем анализ основных финансовых показателей организации TEZ TOUR по имеющимся данным бухгалтерской отчетности за 2018-2020гг. На протяжении анализируемого периода сумма капитала компании увеличилась практически в два раза и составила 1065218,00 тыс. руб., рисунок 2.4.

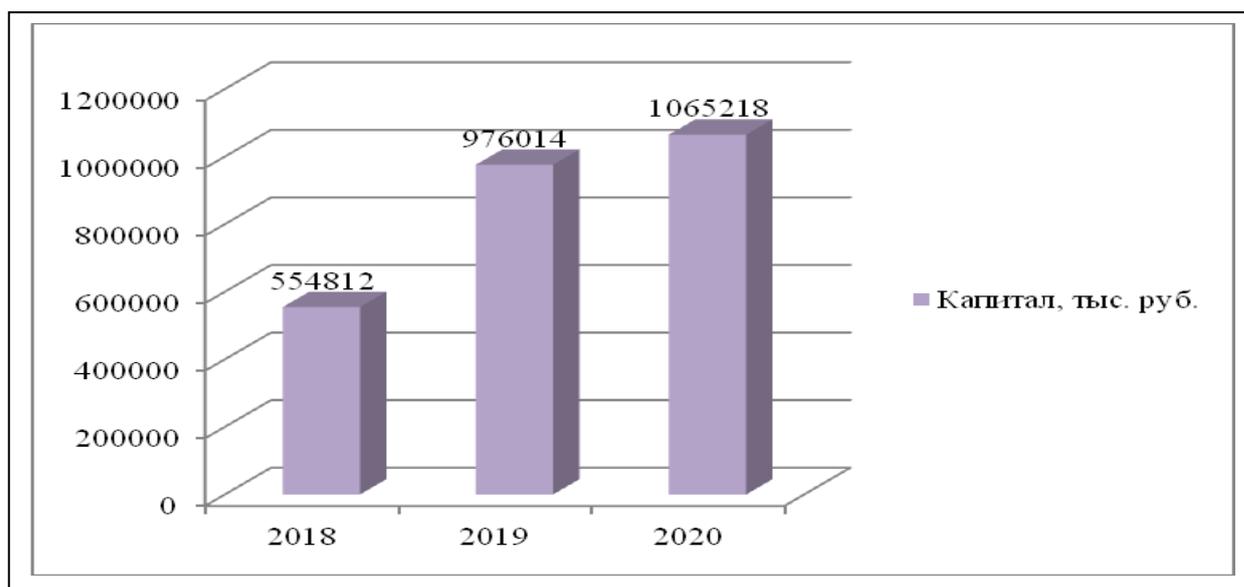


Рисунок 2.4. Динамика капитала предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018-2020гг. [7]

При этом, рост капитала произошел как за счет собственных, так и заемных источников финансирования. Сумма собственного капитала компании увеличилась на 193338,00 тыс. руб. и составила на конец

анализируемого периода 417639,00 тыс. руб. Заемные средства сформировались на уровне 647579,00 тыс. руб., а это на 95,93% выше показателя 2018года, рисунок 2.5.

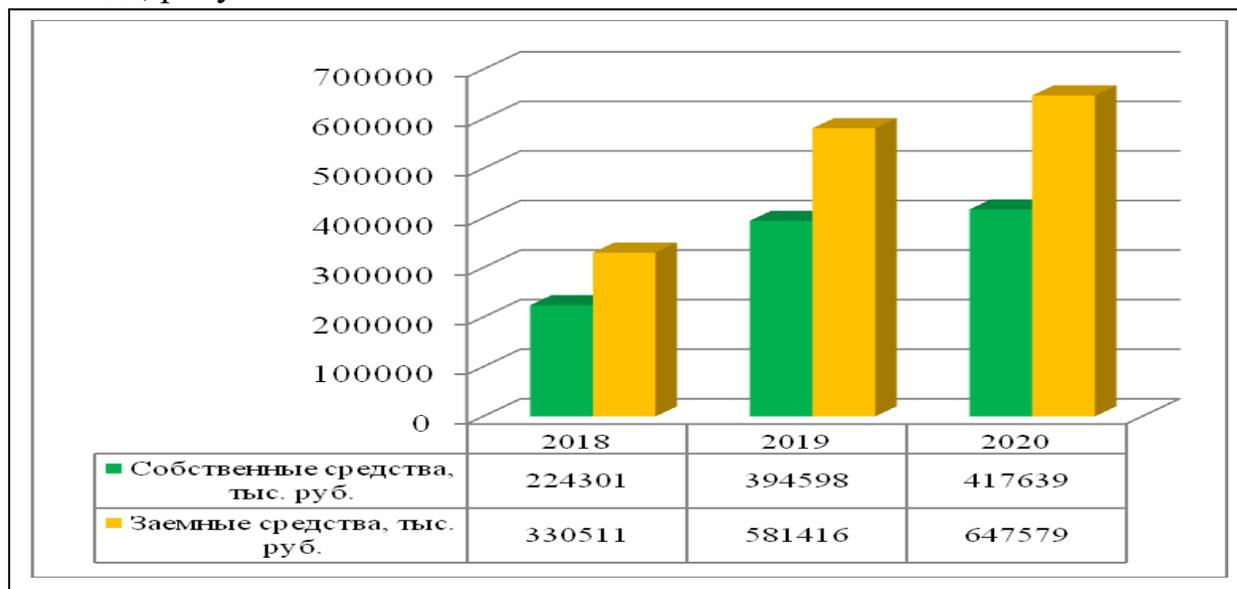


Рисунок 2.5- Динамика заемного и собственного капитала предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018-2020гг. [7]

По активам компании произошел рост как оборотного, так и необоротного капитала, сумма оборотных активов составила 1064772,00 тыс. руб., а это на 91,92% выше показателя начала анализируемого периода, внеоборотные активы увеличились на 401,00 тыс. руб. и составили 446,0 тыс. руб., рисунок 2.6.

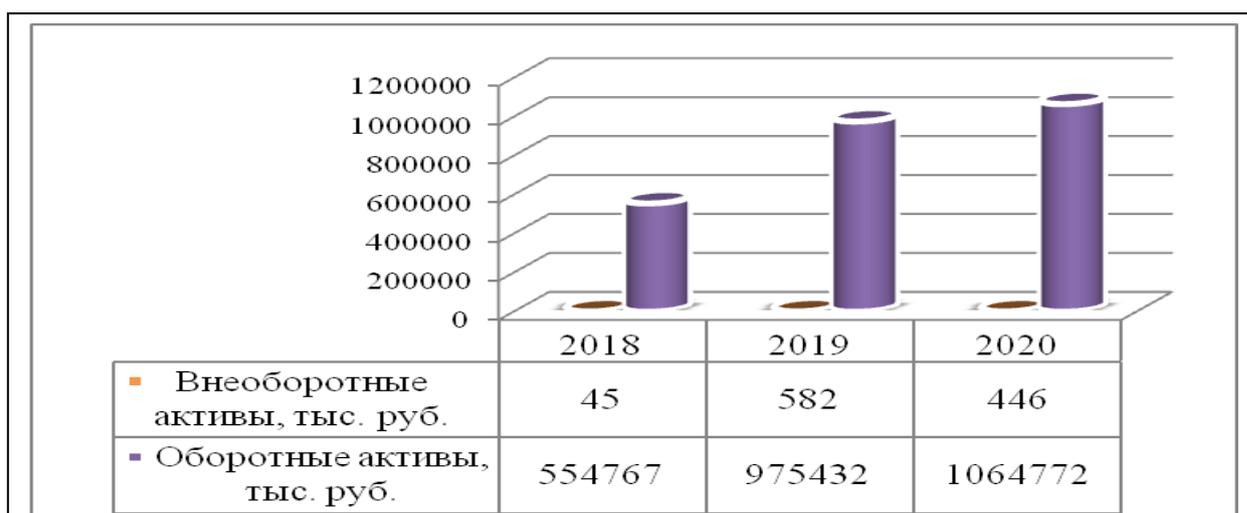


Рисунок 2.6-Динамика активов предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018-2020гг. [7]

По структуре в активов наибольший удельный вес приходится на оборотные активы и составляет 99,96%, доля внеоборотного капитала составила 0,04%. В структуре пассивов наибольшую долю занимают заемные источники финансирования, по данным на 2020год их доля составила 60,79%, а собственные средства занимают 39,21%, это свидетельствует о том, что в компании существует финансовая зависимость, хотя и небольшая, рисунок 2.7. Оптимальным соотношением считается, когда доля собственного капитала равна 50,0% и выше.

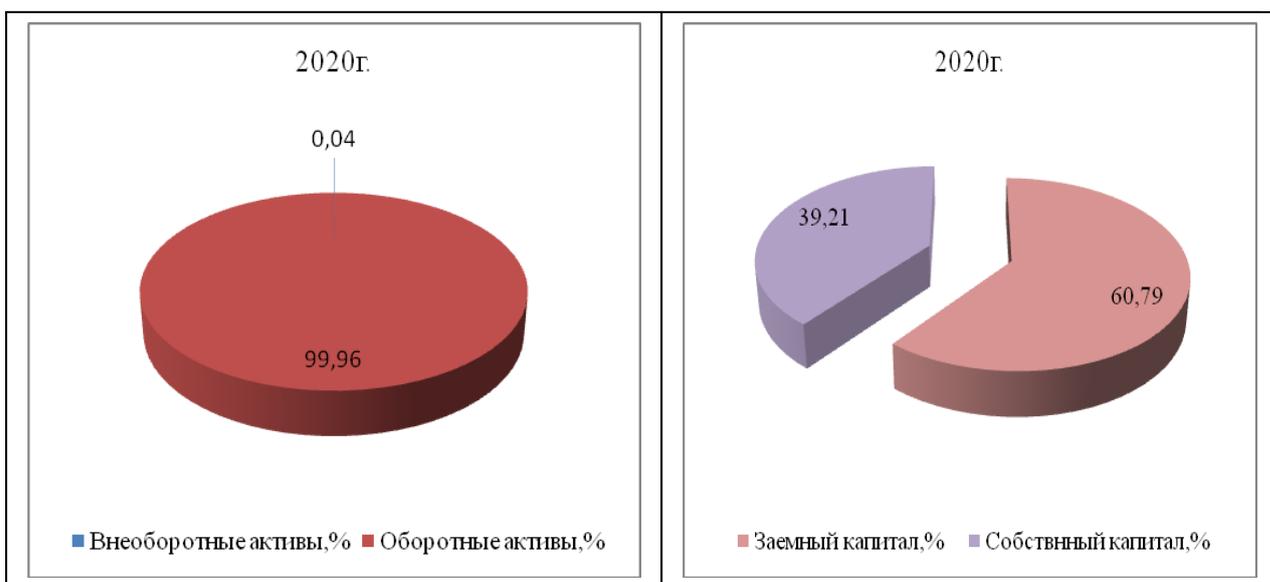


Рисунок 2.7-Динамика структуры активов и пассивов предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» в 2020г. [7]

Не лучшим образом выглядят и показатели объемов продаж, которые снижаются уже не первый год, в 2020году выручка составила 97790,00тыс. руб., а это на 53,48% ниже показателя начала анализируемого периода и на 65,55% меньше показателя предыдущего года, рисунок 2.8. В связи со снижением объемов продаж, произошло снижение себестоимости, которая в 2020 году составила 1682 ,0 тыс. руб., а это на 79,09% ниже показателя 2018 года, рисунок 2.8.

Существенное снижение наблюдается по всем показателям прибыли. В частности, валовая прибыль снизилась на 52,46% и составила в 2020 году 96108,0 тыс. руб., прибыль от продаж и чистая прибыль сформировались на

уровне 50036,0 тыс. руб. и 23041,0 тыс. руб. соответственно. По отношению к 2018 году валовая прибыль снизилась на 69,26%, чистая прибыль показала снижение на 83,67%, рисунок 2.9.

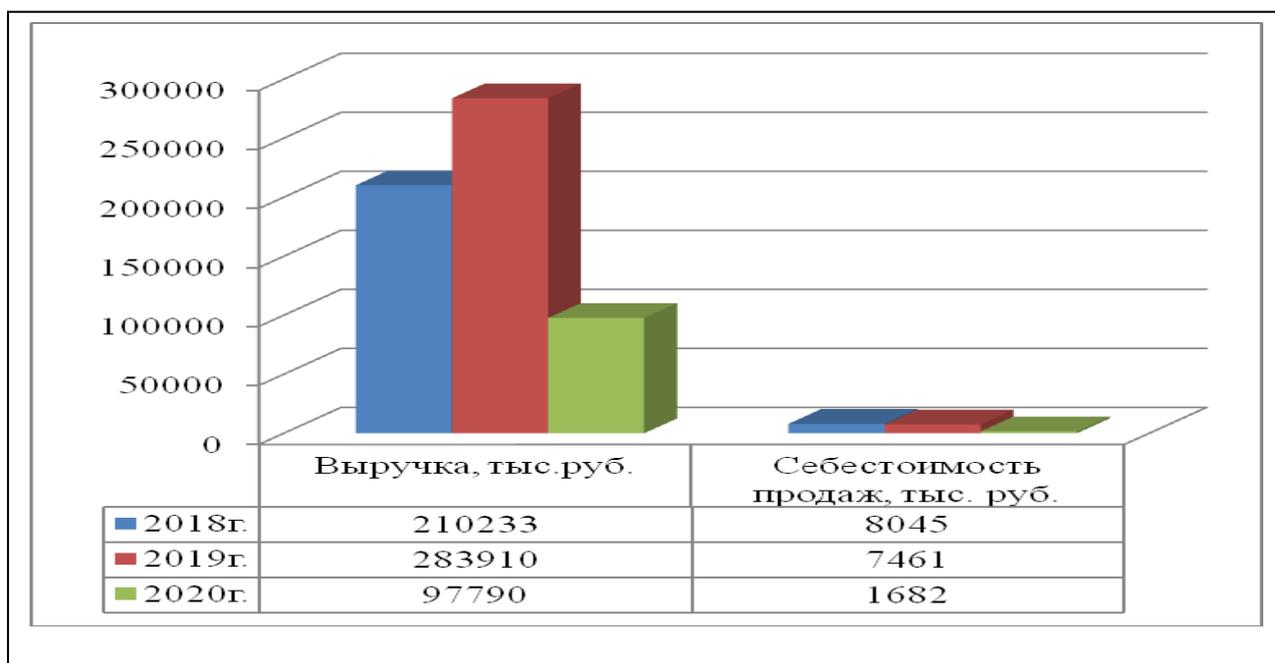


Рисунок 2.8- Динамика выручки и себестоимости продаж предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. [7]

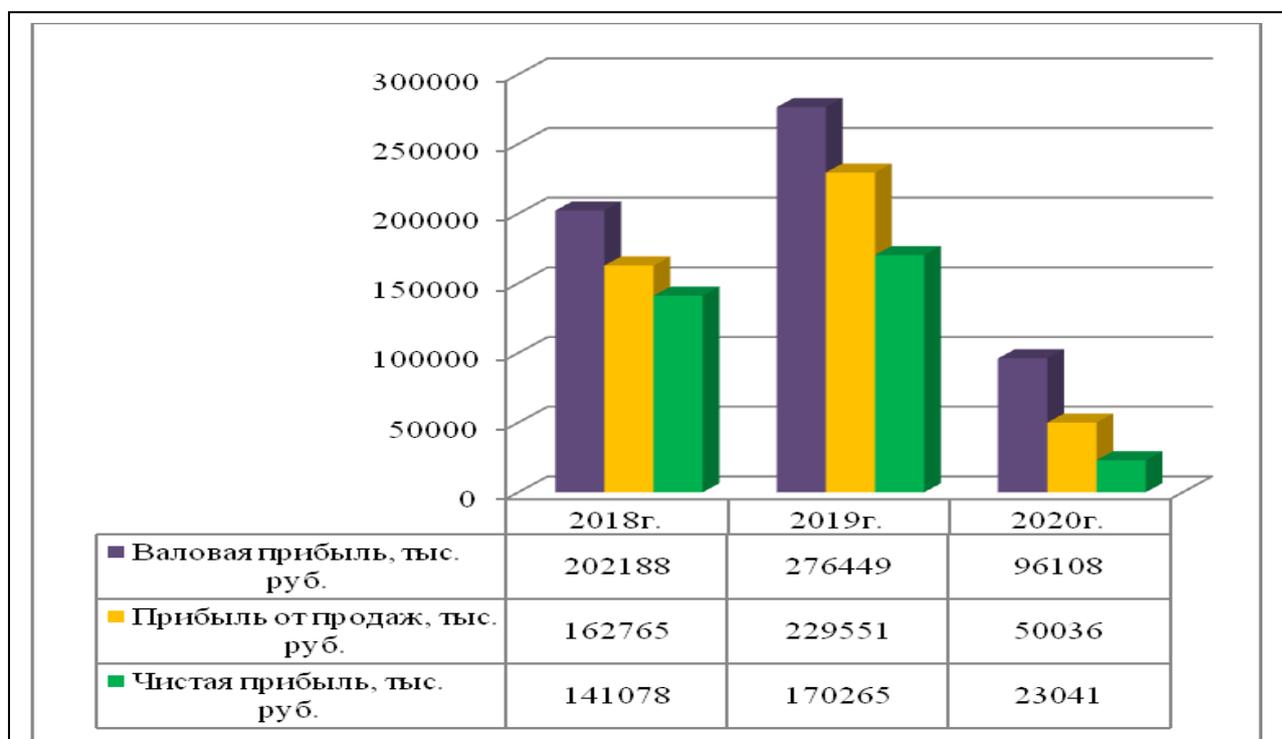


Рисунок 2.9- Динамика валовой прибыли, прибыли от продаж и чистой прибыли предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. [7]

В связи со снижением показателей прибыльности, произошло снижение рентабельности, в частности, рентабельность продаж, которая рассчитывается отношением прибыли от продаж к выручке, составила 51,16%, а это 26,26% ниже показателя 2018года. Аналогичная ситуация наблюдается и по показателю чистой рентабельности(отношение чистой прибыли к выручке продаж), которая в 2020году составила 23,56%, что на 43,53% ниже уровня начала анализируемого периода, рисунок 2.10.

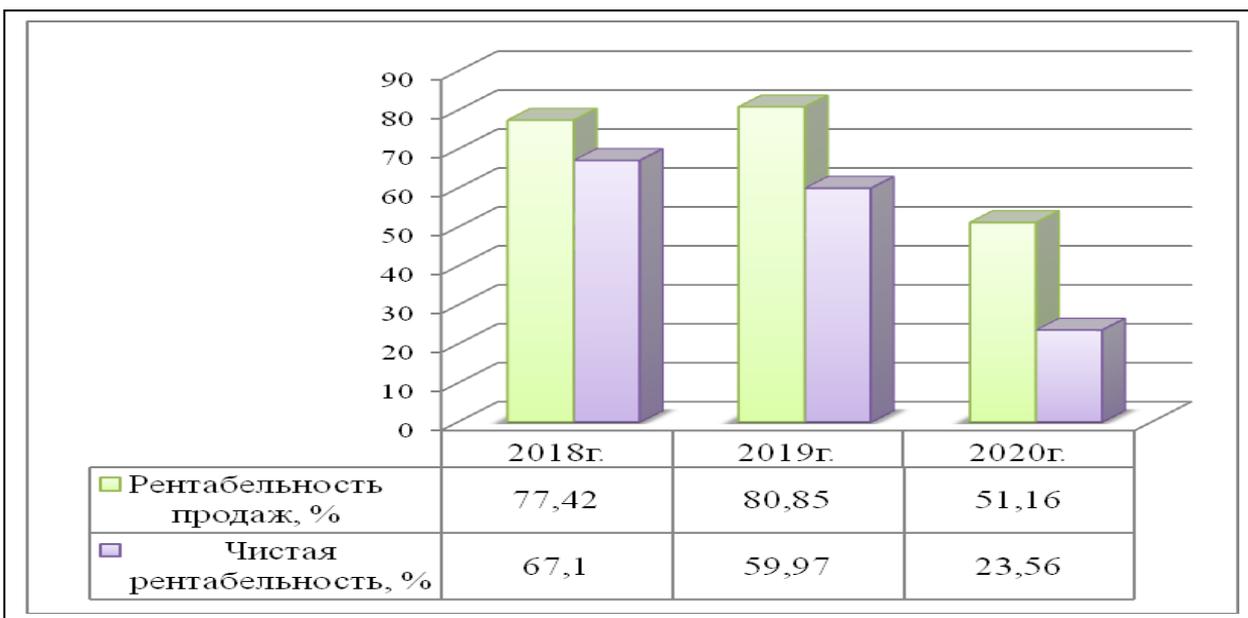


Рисунок 2.10-Динамика показателей рентабельности предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. [7]

Снижение показателей прибыли и рентабельности компании TEZ TOUR произошло в основном за счет снижения объемов продаж, расходы у компании сильно не повлияли на снижение доходности, так как в динамике они даже показывают снижение. В частности, прочие расходы в 2020 году составили 72103,0 тыс. руб. , а это ниже на 31,08% по сравнению с прошлым годом и на 43,73% ниже показателя начала анализируемого периода, рисунок 2.11. Не существенная сумма приходится на проценты к уплате и на конец анализируемого периода они остались на уровне 2018года, худшим годом по этому показателю являлся-2019год, проценты к уплате были достаточно высокими и составляли 259,0 тыс. руб. Не существенный рост показали

управленческие расходы по сравнению с началом анализируемого периода рост составил 16,87%, а к уровню прошлого года напротив наблюдается снижение и в стоимостном выражении, сумма управленческих затрат составила 46072,0 тыс. руб., рисунок 2.11.

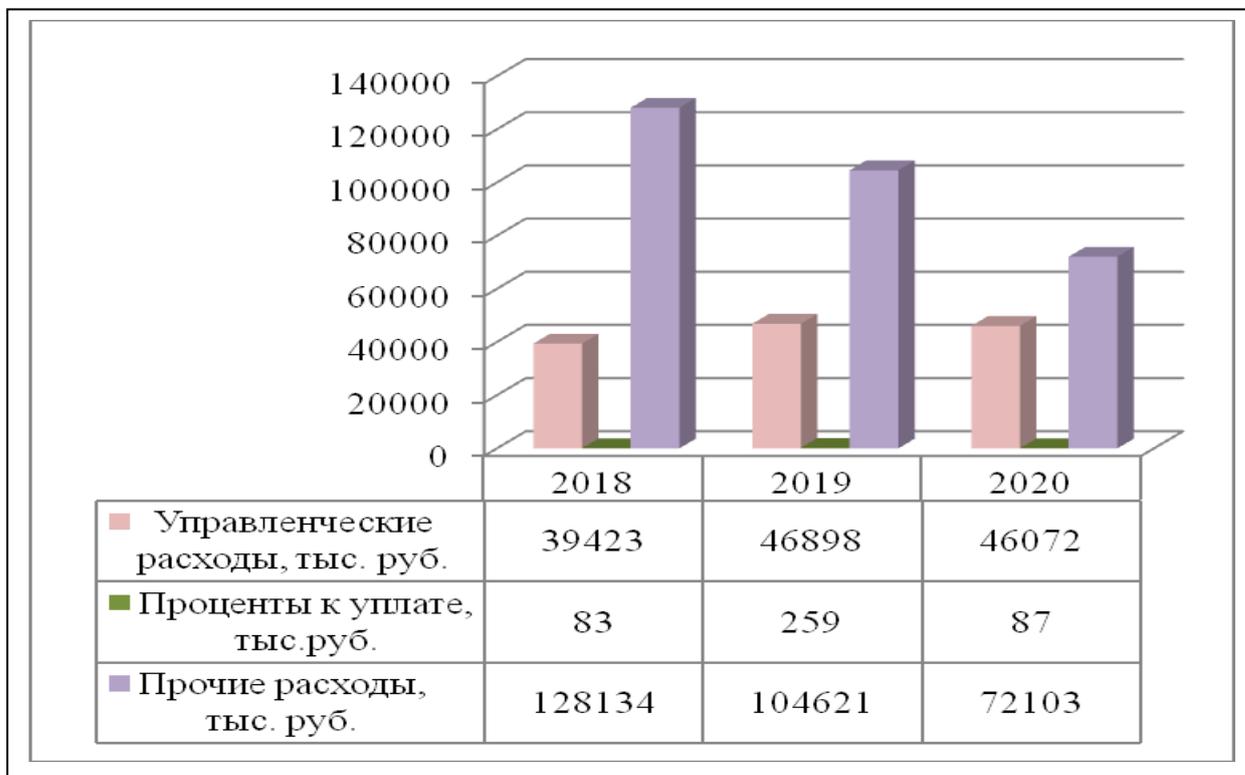


Рисунок 2.11-Динамика управленческих и прочих расходов, процентов к уплате предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. [7]

Рассмотрим кратко показатели отчета о движении денежных средств предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. Практически по всем видам операций в компании наблюдается отрицательный результат. В частности, по текущим операциям сальдо составило минус 36498,0тыс. руб., хотя годом ранее сальдо по этим операциям было в хорошем плюсе и составляло 141029 тыс. руб., рисунок 2.12. Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций в 2020году составило минус 7448 тыс. руб., это самый худший показатель за анализируемый период, с нулевым значением закрылся 2020год по показателю сальдо денежных потоков от финансовых операций, это такое же значение как и в 2018году, худшим по этому

показателю являлся 2019 год, минус сформировался в сумме 309,0 тыс. руб., рисунок 2.12.

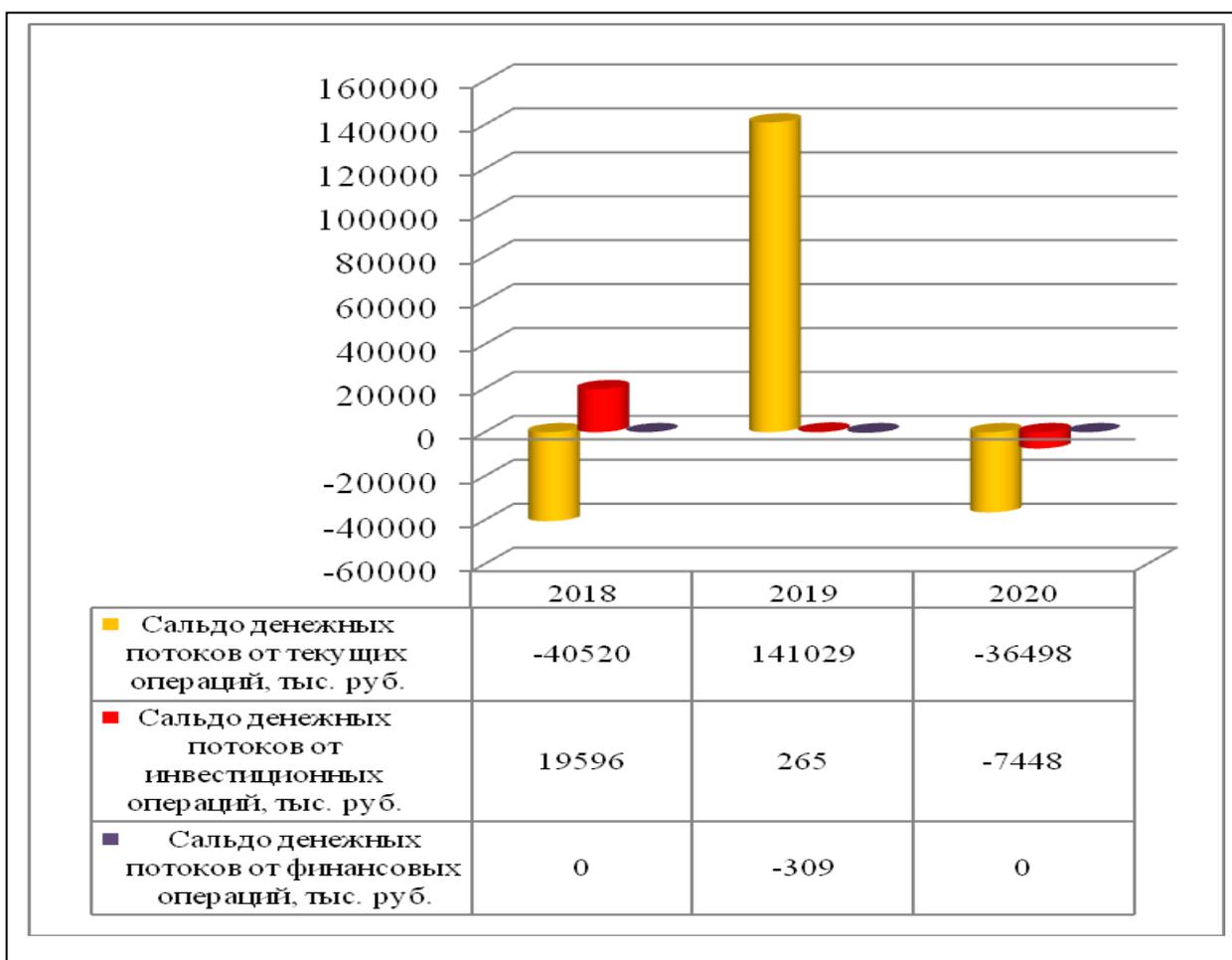


Рисунок 2.12- Динамика сальдо денежных потоков от текущих, инвестиционных и финансовых операций предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. [7]

Несмотря на то, что денежные потоки от текущих операций увеличились на 313450,0 тыс. руб. и составили 516609,0 тыс. руб., произошел и рост платежей, в связи с этим сальдо образовалось отрицательное. Существенно увеличились платежи поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги, в 2020 году этот показатель составил 553107,0 тыс. руб., а это на 358803,0 тыс. руб. выше показателя 2018 года, таблица 2.3. По налогу на прибыль и прочим платежам произошло снижение на 32753,0 тыс. руб. и 19215,0 тыс. руб. соответственно; и на конец анализируемого периода сумма налога на прибыль составила 15916,0 тыс. руб., прочие

платежи по текущим операциям сформировались на уровне 47 320,0 тыс. руб., таблица 2.3.

Таблица 2.3- Денежные потоки от текущих операций предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. [7]

показатели	2018г., тыс. руб.	2019 г., тыс.руб.	2020г., тыс. руб.	Отклонение 2020г./2018г., тыс.руб.
Поступления - всего в том числе:	203 159	350 291	516 609	+313450
от продажи продукции, товаров, работ и услуг	184 166	318 767	484 289	+300123
арендных платежей, лицензионных платежей, роялти, комиссионных и иных аналогичных платежей	-	-	-	-
от перепродажи финансовых вложений	-	-	-	-
прочие поступления	18 993	31 524	32 320	+13327
Платежи - всего в том числе:	(243 679)	(209 262)	(553 107)	+310428
поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	(105 334)	(94 184)	(464 137)	+358803
в связи с оплатой труда работников	(23 290)	(27 798)	(25 734)	+2444
процентов по долговым обязательствам	(33)	(309)	(0)	-33
налога на прибыль организаций	(48 669)	(48 439)	(15 916)	-32753
прочие платежи	(66 353)	(38 532)	(47 320)	-19215
Сальдо денежных потоков от текущих операций	-40 520	141 029	-36 498	+4022

Отрицательное сальдо по денежным потокам от инвестиционных операций произошло по той же причине, платежи превышают значение показателей поступлений денежных средств, при этом замечено, что поступления денежных средств от инвестиционной деятельности существенно снизились в 2020 году и составили всего 552,0 тыс. руб., а это на 19044,0 тыс. руб. ниже показателя начала анализируемого периода, таблица 2.4.

Снижение поступлений произошло в основном за счет уменьшения доходов от возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных

бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам) на сумму 19053,0 тыс. руб. Общая сумма платежей снизилась на 8000,0 тыс. руб., худшим годом по этому показателю был 2019 год, сумма платежей по инвестиционным операциям составляла 20000,00тыс. руб.

Таблица 2.4- Денежные потоки от инвестиционных операций предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. [7]

показатели	2018, тыс. руб.	2019, тыс. руб.	2020, тыс. руб.	Отклонение 2020г/2018г., тыс. руб.
Поступления - всего	19 596	20 265	552	-19044
в том числе:				
от продажи внеоборотных активов (кроме финансовых вложений)	-	-	-	-
от продажи акций других организаций (долей участия)	-	-	-	-
от возврата предоставленных займов, от продажи долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам)	19 053	20 000	0	-19053
дивидендов, процентов по долговым финансовым вложениям и аналогичных поступлений от долевого участия в других организациях	543	265	552	+9
прочие поступления	-	-	-	-
Платежи - всего	(-)	(20 000)	(8 000)	-8000
в том числе:				
в связи с приобретением, созданием, модернизацией, реконструкцией и подготовкой к использованию внеоборотных активов	(-)	(-)	(-)	-
в связи с приобретением акций других организаций (долей участия)	(-)	(-)	(-)	-
в связи с приобретением долговых ценных бумаг (прав требования денежных средств к другим лицам), предоставление займов другим лицам	(-)	(20 000)	(8 000)	-8000
процентов по долговым обязательствам, включаемым в стоимость инвестиционного актива	(-)	(-)	(-)	-
прочие платежи	(-)	(-)	(-)	-
Сальдо денежных потоков от инвестиционных операций	19 596	265	-7 448	-27044

По финансовым операциям существенно снизились как поступления, так и платежи, в целом сальдо сформировалось на нулевом уровне, таблица 2.5.

Таблица 2.5- Денежные потоки от финансовых операций предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. [7]

показатели	2018г., тыс.руб.	2019г., тыс. руб.	2020г., тыс. руб.	Отклонение 2020/2018, тыс. руб.
Поступления - всего в том числе:	88 023	137 990	0	-88023
получение кредитов и займов	88 023	137 990	0	-88023
денежных вкладов собственников (участников)	-	-	-	-
от выпуска акций, увеличения долей участия	-	-	-	-
от выпуска облигаций, векселей и других долговых ценных бумаг и др.	-	-	-	-
прочие поступления	-	-	-	-
Платежи - всего в том числе:	(88 023)	(138 299)	(0)	-88023
собственникам (участникам) в связи с выкупом у них акций (долей участия) организации или их выходом из состава участников	(-)	(-)	(-)	-
на уплату дивидендов и иных платежей по распределению прибыли в пользу собственников (участников)	(-)	(-)	(-)	-
в связи с погашением (выкупом) векселей и других долговых ценных бумаг, возврат кредитов и займов	(88 023)	(138 299)	(0)	-88023
прочие платежи	(-)	(-)	(-)	-
Сальдо денежных потоков от финансовых операций	-	-309	0	-

Итак, представленный анализ экономических показателей предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. показал, что компания является финансово зависимой, наибольшая доля в структуре капитала приходится на заемные средства, продажи туров снизились, вслед за этим снижением произошло уменьшение всех показателей прибыли и рентабельности. По денежным потокам всех видов потоков: текущих, инвестиционных и финансовых операций сальдо отрицательное. Следовательно, данные свиде-

льствуют о неблагоприятном развитии предприятия. На финансовые показатели организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР» существенное влияние оказывают стратегические направления развития, для того, чтобы рассмотреть эту часть вопроса, перейдем к следующему параграфу исследования.

2.3 Особенности стратегических направлений развития деятельности организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»

Рассмотрим особенности стратегических направлений компании TEZ TOUR. Миссия туристической организации- профессионально работая с большими потоками туристов и хорошо разбираясь в ситуации на туристическом рынке, компания выбирает надежные авиакомпании и лучшие отели. TEZ TOUR способна предложить широкие возможности для отдыха туристов, организовать выезд на семинар или конференцию, детский отдых и др. Фирменный слоган- высокие технологии туризма.

Основными маркетинговыми стратегиями организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР» являются: товарная (ассортиментная) стратегия, ценовая стратегия, стратегия стимулирования сбыта и продвижения, рисунок 2.13. Рассмотрим подробнее стратегии компании TEZ TOUR. Товарная стратегия заключается в предоставлении ассортимента услуг, в настоящее время компания TEZ TOUR предлагает:

- 1)Бронирование отелей в рамках договоров компании TEZ TOUR.
- 2)Организация конференций, семинаров, предоставление конференц-залов, оборудования, услуги специальных гидов по работе с группами.
- 3)Оформление площадок: дизайн, декорации.
- 4)Площадки в отелях для проведения групповых мероприятий - галаужинов, барбекю, вечеринок.

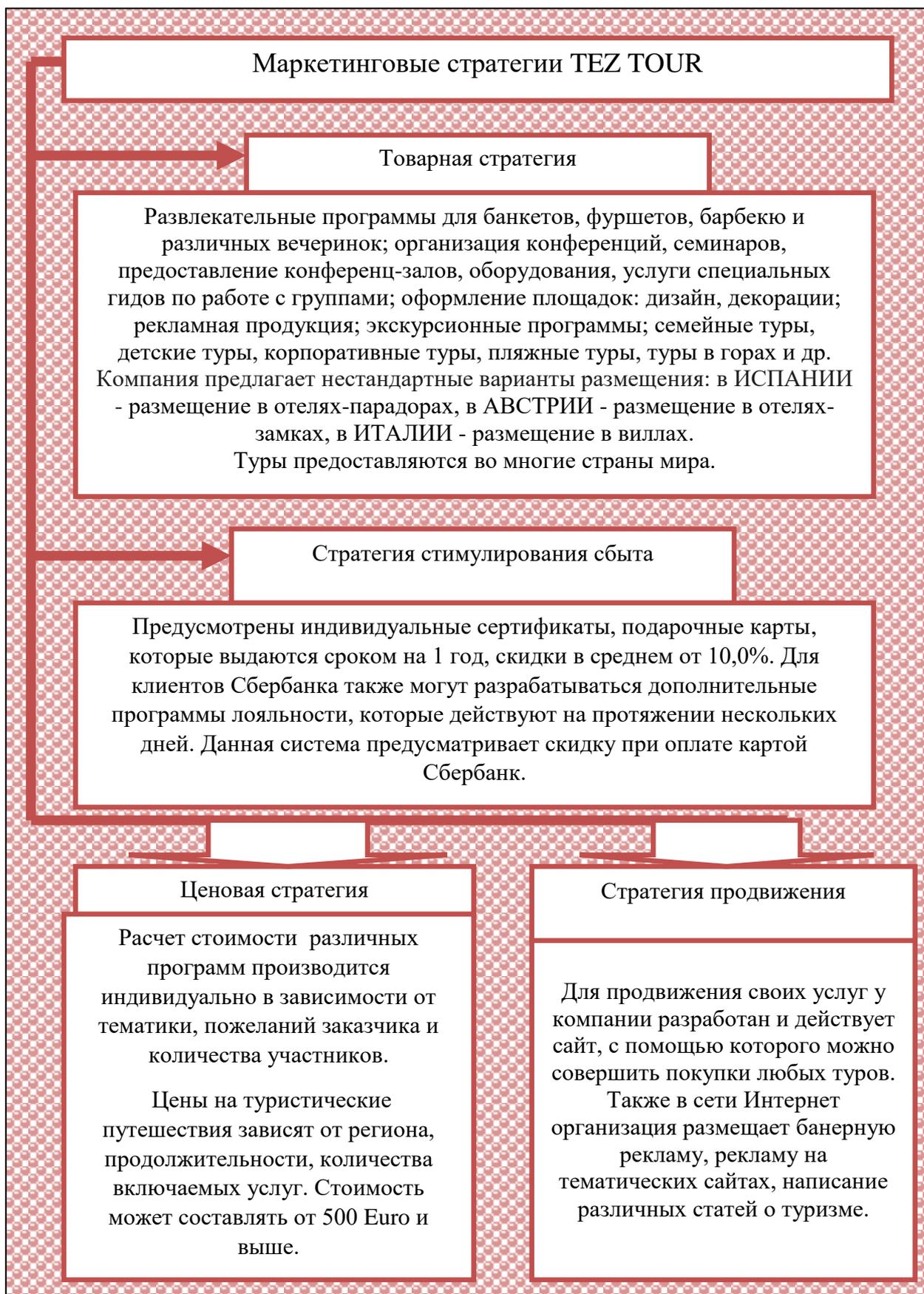


Рисунок 2.13- Маркетинговые стратегии организации ООО «Компания ТЕЗ

ТУР»

5)Рекламная продукция: дизайн, изготовление баннеров, презентационных материалов, сувениров с логотипами заказчиков.

6)Организация питания: кофе-брейк, фуршет, банкет, барбекю, кейтеринг.

7)Развлекательные программы для банкетов, фуршетов, барбекю и различных вечеринок.

8)Техническая поддержка мероприятий - возможность предоставления оборудования различной степени сложности в соответствии с райдером и бюджетом мероприятия.

9)Экскурсионные программы.

10)Доставка на курорты как регулярными, так и чартерными рейсами TEZ TOUR.

11)Трансферы от экономичных до люкс уровня.

TEZ TOUR предлагает услуги по организации: корпоративных выездов и экскурсий, праздников и фестивалей, юбилеев и дней рождения, а также других памятных дат. Особое внимание – детским праздникам. В силах компании – организация яхт-круизов и фейерверков, фольклорных шоу, КВНов, викторин и театральных представлений.

Выше уже было описано, что компания предлагает различные виды туров во многие страны мира, при этом Турция является одним из ведущих направлений. По продолжительности туры бывают от 2 дней и больше, примеры некоторых видов туров TEZ TOUR представлены в таблице 2.6.

Международный туристический оператор TEZ TOUR имеет многолетний опыт успешной организации программ для корпоративного отдыха, а также проведения деловых мероприятий и конференций любой тематики, спортивных сборов, выездов закрытых групп по различным частным поводам. Корпоративные и MICE-отделы успешно работают по обслуживанию такого рода заказов в офисах TEZ TOUR в странах: Австрия, Андорра, Беларусь, Болгария, Венгрия, Греция, Грузия, Доминикана, Индонезия,

Таблица 2.6-Примеры некоторых видов туров TEZ TOUR по
продолжительности

№ п/п	Вид тура	Продолжительность тура
1	Экскурсионные туры в Шри-Ланку	
1.1	Жемчужина Шри-Ланки Pearl of Ceylon	Коломбо – Хабарана – Дамбулла – Сигирия – Матале – Канди – Перадения – Гирагама – Пиннавела – Коломбо 2 ночи / 3 дня
1.2	Сокровища Шри-Ланки Gem of Sri Lanka	Коломбо – Пиннавела – Сигирия – Дамбулла – Матале – Канди – Перадения – Коломбо 3 ночи / 4 дня
1.3	Загадочная Шри-Ланка Gem of a Dream	Коломбо – Пиннавела – Сигирия – Дамбулла – Матале – Канди – Перадения – Коломбо 4 ночи / 5 дней
1.4	Культурное наследие Шри-Ланки Culture & Nature	Коломбо – Пиннавела – Сигирия – Полоннарува – Дамбулла – Матале – Канди – Перадения – Нувара-Элия – Яла – Галле – Коломбо 5 ночей / 6 дней
1.5	Райский остров Island of Paradise	Коломбо – Анурадхапура – Сигирия – Полоннарува – Дамбулла – Матале – Канди – Перадения – Нувара-Элия – Яла – Коломбо 6 ночей / 7 дней
2	Экскурсионные туры в Эстонию	
2.1	Таллин + круиз в Хельсинки TALLINN+HELSINKI CRUISE	Таллин 3 ночи / 4 дня
2.2.	Таллин + круиз в Стокгольм TALLINN+STOKHOLM CRUISE	Таллин 4 ночи / 5 дней
2.3.	Сити Экспресс. Таллин CITY EXPRESS TALLINN	Таллин 4 ночи / 5 дней
2.4.	Выходные в городе. Таллин WEEKEND IN THE CITY TALLINN	Таллин 2 ночи / 3 дня
3	Экскурсионные туры в Израиль	
3.1	Жемчужины Израиля PEARLS OF ISRAEL	8 дней / 7 ночей
3.2	Знакомство с Израилем (Нетания) MEETING WITH ISRAEL (NETANJA)	Иерусалим 5 или 7 ночей
3.3	Знакомство с Израилем (Тель-Авив) MEETING WITH ISRAEL (TEL AVIV)	Иерусалим Галилея Христианская / Мертвое море / Вифлеем 5 или 7 ночей
3.4.	Знакомство с Израилем (Герцлия) MEETING WITH ISRAEL (HERZLIYA)	Тель-Авив. Иерусалим Галилея Христианская / Мертвое море / Вифлеем. 5 или 7 ночей
3.5	Знакомство с Израилем ХИТ (Тель-Авив) HIT MEET ISRAEL (TEL AVIV)	Иерусалим. Галилея Христианская Мертвое море. Вифлеем 5 или 7 ночей

3.6.	Знакомство с Израилем ХИТ (Нетания) HIT MEET ISRAEL (NETANYA)	Иерусалим. Галилея Христианская Мертвое море. Вифлеем 5 или 7 ночей
3.7	Экспресс-тур (Тель-Авив) EXPRESS TOUR (TEL AVIV)	Иерусалим Галилея Христианская / Мертвое море 4 дня / 3 ночи
3.8	Экспресс-тур (Нетания) EXPRESS TOUR (NETANIA)	Иерусалим Галилея Христианская / Мертвое море 4 дня / 3 ночи
4	Экскурсионные туры в Португалию	
4.1	Классическая Португалия! CLASSIC PORTUGAL	Лиссабон – Синтра (Усадьба Регалейра) + Мыс Рока – Кашкайш – Эшторил - Обидуш - Алкобаса - Баталия - Томар - Порто – Брага – Бом Жезуш - Гимараеш - Куимбра - Фатима - Подземные богатства Португалии: пещера Копилка с монетами – Мафра – Деревенька Жозе Франку – Эрисейра - Круиз по реке Доуро - Дегустация портвейна. 8 дней / 7 ночей
4.2	Великолепный Лиссабон MAGIC LISBON	Лиссабон – Синтра (Замок Пена + мистическая Усадьба Регалейра) + Мыс Рока – Кашкайш – Эшторил - Обидуш - Алкобаса - Баталия - Томар - Мафра - Деревенька Жозе Франку - Эрисейра 8 дней / 7 ночей
4.3.	Каникулы в Португалии – всё самое интересное HOLIDAYS IN PORTUGAL	Лиссабон – Синтра (Усадьба Регалейра) - Замок Пена - Мыс Рока – Кашкайш – Эшторил – Обидуш - Алкобаса - Баталия - Томар - Порто – Брага – Бом Жезуш - Гимараеш - Куимбра - Фатима - Подземные богатства Португалии: пещера Копилка с монетами – Мафра – Деревенька Жозе Франку – Эрисейра – Эвора – Статуя Христа – Проезд по Мосту Вашко де Гамма и 25 Апреля - Круиз по реке Доуро - Дегустация портвейна 8 дней / 7 ночей
5	Экскурсионные туры в Мексику	
5.1	Вся Мексика за 9 дней WHOLE OF MEXICO	Мехико-Сити – Пуэбла - Оахака – Теуантепек - Каньон-де-Сумидеро – Сан-Кристобаль-де-лас-Касас – Сан-Хуан-Чамула - Паленке - Кампече – Ушмаль – сенот - Чичен-Ица - Канкун/Ривьера-Майя 9 дней / 8 ночей
5.2	Большие мексиканские каникулы GREAT MEXICAN HOLIDAYS	Мехико-Сити - Теотиуакан – Базилика Девы Гваделупы - Вильяэрмоса - Паленке - Кампече - Ушмаль - Мерида - Чичен-Ица - Сенот 6 дней / 5 ночей
5.3	Мехико-сити MEXICO CITY	Мехико или Канкун — Мехико — Канкун 2 дня / 1 ночь или 3 дня / 2 ночи или 4 дня / 3 ночи

Египет, Испания, Италия, Китай, Кипр, Куба, Латвия, Литва, Маврикий, Мальдивы, Мексика, ОАЭ, Португалия, Россия, Сейшелы, Таиланд, Турция, Франция, Чехия, Шри-Ланка, Эстония.

Проведение выездных корпоративных мероприятий стало хорошей традицией для российского бизнеса. Местом проведения конгрессов и конференций наряду с российскими курортами являются и зарубежные страны, в которых давно и успешно работает TEZ TOUR.

Ряд конкурентных преимуществ позволяет по праву считать компанию одним из лидеров в сфере российского туризма, в том числе и в этом направлении: репутация профессиональной и надежной компании с опытом работы более двадцати лет; самые современные технологии обслуживания клиентов; высокопрофессиональная команда специалистов; прямые договоры с поставщиками туристических услуг; собственные представительства в странах проведения мероприятия; самые разнообразные варианты перелетов: от плановых чартерных рейсов TEZ TOUR до регулярных рейсов иностранных авиакомпаний и самолетов бизнес-авиации; индивидуальный подход к организации корпоративного отдыха и поэтапный контроль качества обслуживания; предоставление любых нестандартных услуг, разработка индивидуальных сценариев строго под заказчика; оперативное информирование клиентов о рекламных акциях и скидках, предоставляемых отелями и авиакомпаниями; оптимальная стоимость предоставляемых услуг; гибкая система взаиморасчетов.

Профессиональный праздник или бизнес-семинар, научно-практическая конференция или собрание дилеров, тренировочные сборы спортивных команд или различного рода тренинги— организация таких корпоративных событий является неотъемлемой частью предложения компании на рынке туристических услуг. С помощью компании туристы могут заказать как весь комплекс туристических услуг для корпоративного отдыха, так и

любую отдельную его составляющую: перелет, трансфер, сопровождение, услуги переводчиков, размещение, страховку.

Оформление площадок TEZ TOUR . Компания предлагает для своих клиентов варианты декораций в соответствии с концепцией мероприятия, в различных ценовых категориях, рисунок 2.14.

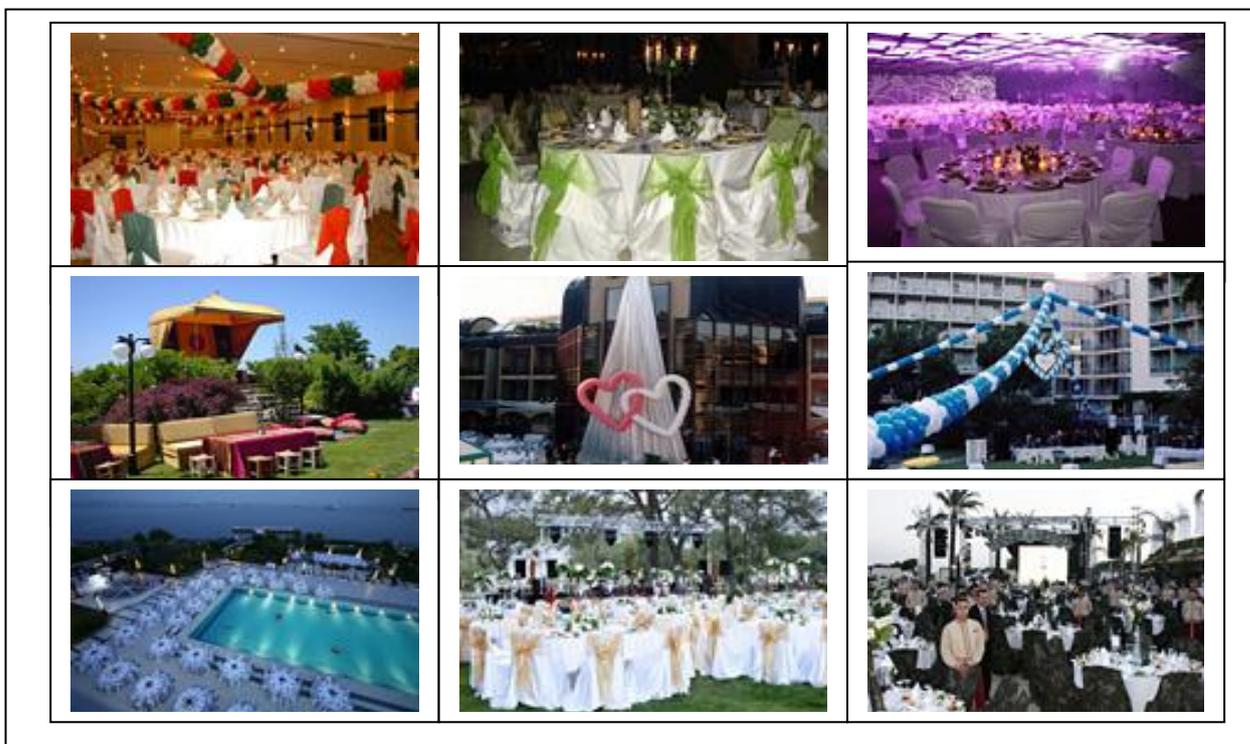


Рисунок 2.14–Варианты оформления площадок компанией TEZ TOUR

Кроме выше перечисленного TEZ TOUR предлагает нестандартные варианты размещения. Для небольших групп клиентов, которые хотели бы провести мероприятия в необычной обстановке с размещением и обслуживанием высокого уровня, предлагается: в Испании - размещение в отелях-парадорах, в Австрии - размещение в отелях-замках, в Италии - размещение в виллах. Рассмотрим подробнее.

1)Размещение в отелях- парадорах в Испании. Испания – поистине удивительная страна. Каждый регион, каждый город – уникален, и хранит свою тайну. Огромное количество достопримечательностей притягивает в Испанию миллионы туристов. Сотни маршрутов уже разработано туристическими компаниями, но TEZ TOUR предлагает новый взгляд на Испанию, а

значит, новые эмоции и впечатления. Размещение в отелях-парадорах-«Paradores»- это уникальная государственная система отелей. Расположенные на самых оживленных туристических перекрестках страны, отели-парадоры - не просто место для ночлега. Дословно «парадор» - это «постоялый двор», и хотя большинству из них официально присвоена категория, соответствующая 4*, высокое качество обслуживания ставит парадоры на одну ступень с лучшими отелями Европы. Почти половина из парадоров Испании (а их насчитывается около 100) расположена в бывших монастырях, старинных замках, дворцах испанских грандов, чьи стены видели королей, славных рыцарей и суровых конкистадоров. Остальные - современные здания, но для их строительства выбирались самые удивительные по красоте уголки страны. Можно провести в парадорах несколько дней, и далее отправиться по привычным маршрутам. В каждом из парадоров туристам обязательно предлагают специально разработанную программу увлекательных экскурсий по близлежащим окрестностям. Во всех парадорах туристов окружают эксклюзивные интерьеры, отражающие колорит и древнюю историю различных областей страны, и, конечно же, кухня, в меню которой обязательно включены лучшие местные блюда и вина. Парадор – это место для проведения неповторимого, эксклюзивного события, и paradores имеют для этого все возможности (конференц-залы, банкетные залы, специальное оборудование).

Самый ближайший к Барселоне отель-замок носит название Parador de Cardona. Отель расположен на возвышенности в крепости IX-XI века. Из замка открываются потрясающие виды на город, плодородные долины и реку Cardoner. От аэропорта Барселоны трансфер занимает не более 2,5 часов.

Кроме Parador de Cardona компания организывает мероприятия и в других парадорах континентальной и островной Испании. Неповторимая энергетика старинных замков, атмосфера, отличная от всего того, что испытывает турист в повседневной жизни, комфорт и доступность данного вида отдыха – всё это залог незабываемых впечатлений, рисунок 2.15.



Рисунок 2.15- Фото: Отель-замок Parador de Cardona(Испания)

2) Размещение в замках Австрии. Компания TEZ TOUR предлагает размещение в старинных замках Австрии, характеристика этих замков представлена в таблице 2.7(Приложение Г).

3)Размещение в виллах Италии. Большинство вилл - это исторические здания, отреставрированные, но не утратившие своего величия. Все виллы предлагают комфортабельное размещение, высокий класс сервиса. Такие отели идеально подходят как для спокойного семейного отдыха, так и для проведения корпоративных мероприятий.

Например, Замок Castello Orsini 5*расположен всего в 70 километрах от Рима. Впечатляющие интерьеры номеров с антикварной мебелью, картинами знаменитых живописцев, художественными аксессуарами, гобеленами и оружием. Все номера отличаются друг от друга по оформлению и планировке и оборудованы с полным комфортом. Всего 50 номеров (дизайн каждого номера неповторим). Старинный ресторан в башне предлагает эксклюзивную кухню и высококлассный сервис. В отеле возможно проведение торжеств, банкетов, конференций, рисунок 2.16.

Вилла Grazioli 4* расположена в отреставрированном здании аристократического дворца XVI века. Все интерьеры выполнены в классическом

стиле. Всего 62 номера (13 номеров в основной вилле, остальные в двух коттеджах). В отеле пять конференц-залов вместимостью до 120 человек. Также в отеле можно провести праздничный ужин в изысканных интерьерах. Удачное расположение виллы позволит сочетать экскурсионный отдых со спокойным пребыванием в отеле: 35 километров от аэропорта, 20 километров от центра Рима, рисунок 2.16.

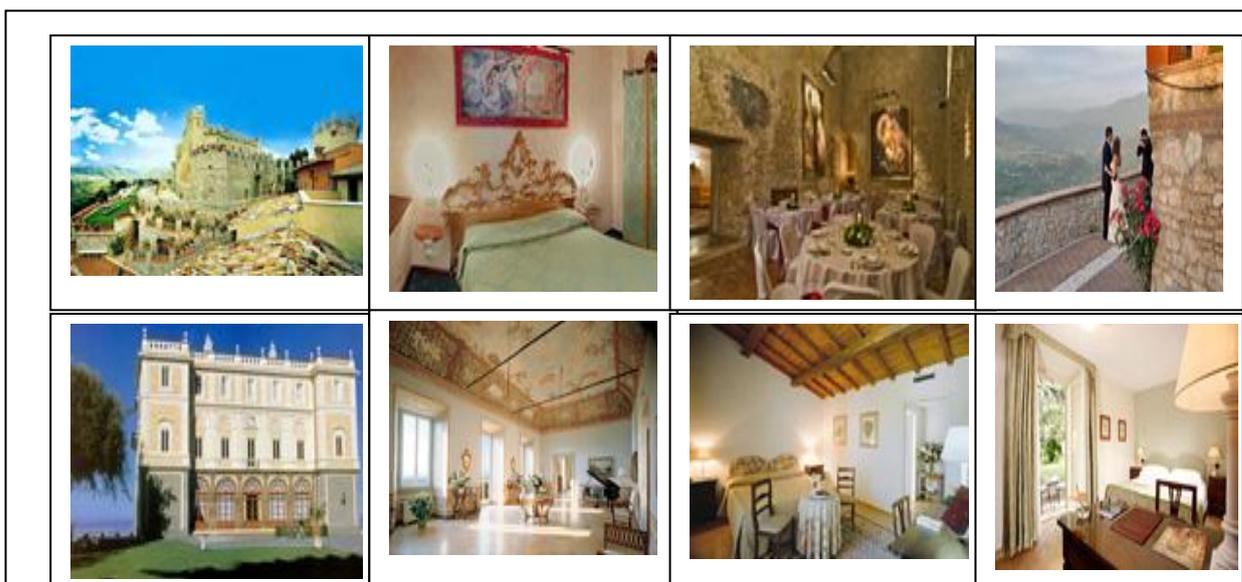


Рисунок 2.16- Фото: Виллы Италии

Товарную стратегию также дополняет услуга- изготовление рекламной продукции. На данный момент компания занимается изготовлением табличек, баннеров, roll-up, а также любой сувенирной и презентационной продукции с логотипами компаний-заказчиков, рисунок 2.17.



Рисунок 2.17- Рекламная продукция компании TEZ TOUR с логотипами компаний-заказчиков

Итак, выше была рассмотрена товарная стратегия туристической компании. Международный туроператор TEZ TOUR предлагает комплексное обслуживание: организация перевозки, проживания, трансферов, экскурсионное обслуживание.

Ценовая стратегия TEZ TOUR представляет собой формирование цены на туристические услуги. Расчет стоимости различных программ производится индивидуально в зависимости от тематики, пожеланий заказчика и количества участников. Кроме использования типовых сценариев, компания разрабатывает индивидуальные программы любой сложности для любого количества участников. Цены на туристические путешествия зависят от региона, продолжительности, количества включаемых услуг. Стоимость может составлять от 500 Euro и выше. Цены на некоторые виды туров компании TEZ TOUR представлены в таблице 2.8.

Стратегия стимулирования сбыта представляет собой систему скидок и лояльности. В настоящее время TEZ TOUR предлагает своим клиентам купить тур со скидкой 10,0%, для этого необходимо приобрести подарочный купон на 5000 рублей, который позволит получить скидку 10,0%.

Еще одна скидочная система предназначена для клиентов «Сбербанка». Любой турист, участвующий в бонусной программе «Спасибо от Сбербанка» может купить тур по банковской карте со скидкой 10,0%. Эта скидочная система действует не постоянно, в некоторые периоды времени, например с 1 по 31 мая.

Компания TEZ TOUR имеет большой опыт участия в корпоративных мотивационных проектах крупных предприятий России, а также награждения победителей различного рода конкурсов в соцсетях или другого рода публичных площадках. Сертификаты TEZ TOUR на отдых в подарок за отличную работу получили от своих корпораций уже более 10000 человек по всей России.

Таблица 2.8- Цены на некоторые виды туров компании TEZ TOUR по данным на 2022год

№ п/п	Виды туров	Продолжительность	Цена, Euro
1	Экскурсионные туры во Францию		
1.1	Прогулки по Парижу PARIS CITY WALKS	Париж 7 ночей / 8 дней	От 543
1.2	Париж и Версаль PARIS & VERSAILLES	7 ночей/ 8 дней	От 638
2	Экскурсионные туры в Австрию		
2.1	Программа здоровья «Поток жизни» в долине Гастайн HEALTH PACKAGE FLOW OF LIFE GASTEIN	11 дней / 10 ночей	От 2651
2.2	Программа здоровья «Поток жизни» и радоновые штольни HEALTH PACKAGE FLOW OF LIFE RADON THERAPY	11 дней / 10 ночей	От 2651
3	Экскурсионные туры в Турцию		
3.1	Классический тур ISTANBUL CLASSIC	от 2 до 7 ночей	От 677
3.2	Золотое кольцо Турции + Загадочная Каппадокия GOLDEN RING OF TURKEY AND CAPPADOCIA	Стамбул - Бурса - Памуккале - Конья - Каппадокия - Анкара - Стамбул 8 дней / 7 ночей	От 1674
3.3.	Золотое кольцо Турции + Эфес GOLDEN RING OF TURKEY AND EPHEBUS	Стамбул - Анкара - Каппадокия - Конья - Памуккале - Кушадасы - Бурса - Стамбул 8 дней / 7 ночей	цена по запросу
3.4.	Стамбул + Каппадокия ISTANBUL KAPADOKYA	4, 5, 6 или 7 ночей	От 958

Для предприятий или победителей различного рода конкурсов дизайнеры разрабатывают индивидуальные макеты сертификатов с учетом специфики и пожеланий заказчика. Сертификаты отправляются по электронному адресу, указанному в договоре с предприятием. Компания также бесплатно доставляет подарочную карту курьерской службой в любую точку России, рисунок 2.17.

Огромная территория РФ – не препятствие для получения путешествия в обмен на сертификат или подарочную карту. В портфеле TEZ TOUR – чартерные программы на популярные курорты с вылетами не только из

Москвы и Санкт-Петербурга, но и еще из двадцати городов Российской Федерации. Кроме этого, в онлайн-режиме в личном кабинете можно подобрать и оформить тур с авиабилетами на регулярных рейсах. Все документы по туру отправляются в электронном виде на электронную почту. Срок действия подарочной карты - 1 год с момента покупки. Подарочные карты не подлежат возврату или обмену, в том числе на денежные средства.

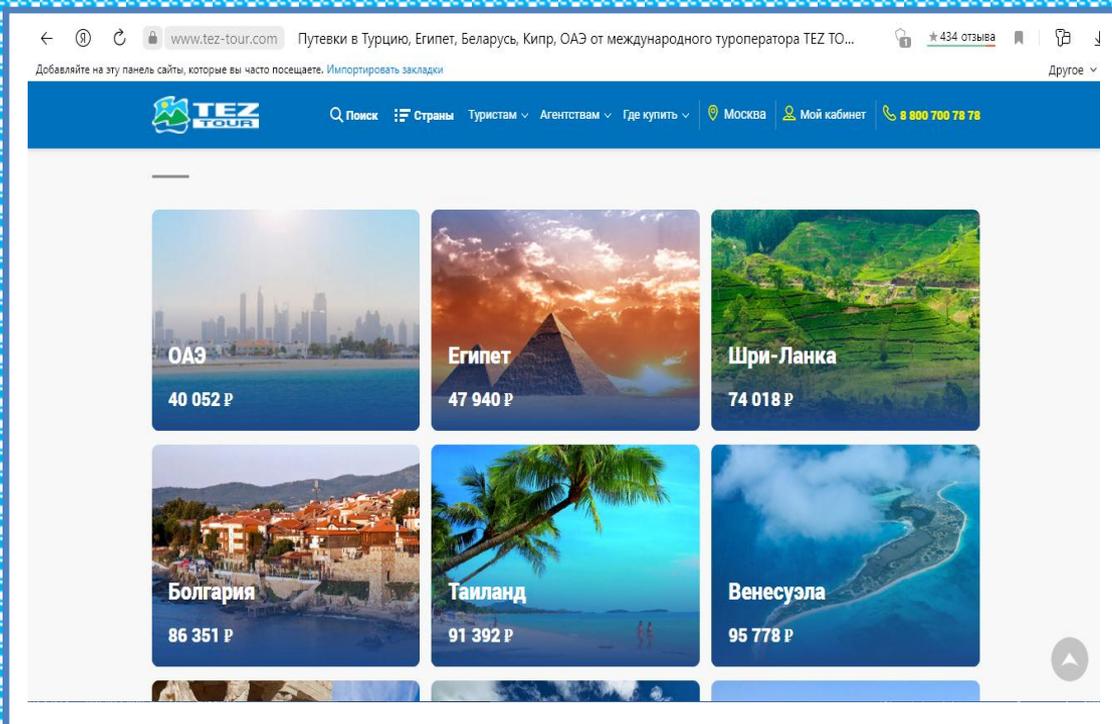


Рисунок 2.17- Подарочные карты TEZ TOUR

Стратегия продвижения компании TEZ TOUR предусматривает различные рекламные мероприятия и продвижение услуг компании в сети Интернет. Для продвижения услуг разработан и действует сайт компании. Компания также может размещать баннерную рекламу в Интернете, не осуществляет продвижение на туристических маркетплейсах, рисунок 2.18.

Итак, выше были рассмотрены основные маркетинговые стратегии туристической организации TEZ TOUR. Эффективная деятельность компании подтверждается высоким рейтингом организации, по данным на 2021 год в рейтинге туроператоров России по цене и надежности, TEZ TOUR занял четвертую строчку рейтинга, рисунок 2.19. Таким образом, компания TEZ TOUR занимает высокую долю рынка, однако, в связи с тем, что темпы роста спроса на туристические услуги снизились из-за мирового кризиса и пандемии, на пересечении этих квадратов в матрице BCG, компания занимает место- дойных коров, рисунок 2.20.

Фото: Скан сайта компании TEZ TOUR



Туристский маркетплейс

информационная система на базе цифровой платформы по предоставлению информации, бронированию и приобретению туристских продуктов на территории РФ, объединяющая значительное число участников рынка туристских услуг на территории Российской Федерации

Задачи маркетплейсов

увеличить оборот продаж в связи с оптимизацией коммуникации между продавцом и покупателем и реализации потенциала места продажи, знакомого и удобного всем рыночным игрокам.

Сегодня «маркетплейсы» – агрегаторы, торговые площадки предоставляющие возможность размещения разнородных товаров и услуг продавцов, структурированные и удобные для покупателей.

Рисунок 2.18- Фото: Скан сайта компании TEZ TOUR и понятие туристического маркетплейса[21]

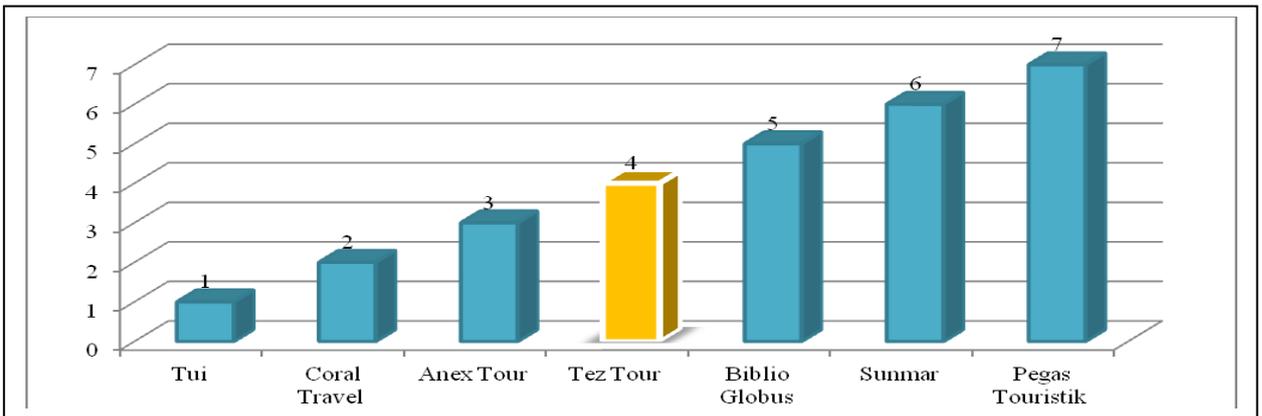


Рисунок 2.19- Место компании TEZ TOUR в рейтинге туроператоров России 2021 по цене и надежности[22]



Рисунок 2.20-Матрица BCG компании TEZ TOUR

Дойные коровы- это хорошее место занимает компания TEZ TOUR в данной матрице, приоритетная цель данного положения компании- «сбор урожая», то есть для туристической организации целесообразно развиваться в данном направлении. Для того, чтобы увеличивать свои конкурентные позиции, по матрице Ансоффа, можно порекомендовать заниматься разработкой нового туристического продукта, рисунок 2.21.

Компания TEZ TOUR не изолированно работает на туристическом рынке, на нее также оказывают влияние и факторы внешней среды. Прежде всего пандемия, и продолжающийся российско-украинский конфликт, не

позволяют мировой экономики обеспечивать рост экономических показателей.

		ПРОДУКТЫ	
		Существующие	Новые
РЫНКИ	Существующие	Стратегия проникновения на рынок (увеличение рыночной доли)	Разработка продукта (новые или улучшенные продукты)
	Новые	Освоение рынка (новые покупатели, новые рыночные сегменты или новые страны для существующей продукции)	Диверсификация (новые продукты для новых рынков)

Рисунок 2.21- Матрица Ансоффа на примере компании TEZ TOUR

По PEST-анализу компании TEZ TOUR, представленной в таблице 2.9 можно увидеть как возможности, так и угрозы с которыми сталкивается компания. С одной стороны, мировой кризис и пандемия отрицательно сказались на туристических услугах, с другой стороны, развитие рынка электронной коммерции, туристических маркетплейсов, будут только способствовать увеличению спроса на туристические услуги. Закрытие границ некоторых стран, снижение платежеспособности населения, также создают препятствия развитию туризма. В любом случае компания может найти правильное решение в сложившейся ситуации. Поиск новых географических регионов и развитие компании на территории дружественных стран, формирование новых экотуров и глэмпинг туров, антикризисная система ценообразования-все это позволит совершенствовать стратегические направления TEZ TOUR.

Факторы внутренней среды организации TEZ TOUR являются достаточно стабильными, в компании сформирована линейно-функциональная структура, работники осуществляют свою деятельность на основании должностных инструкций и иных нормативно-правовых актов. Ежегодно

организация получает прибыль, рентабельность находится в положительном значении, однако, в последние годы произошло снижение как объемов продаж туров, так и прибыльности, рентабельности.

Таблица 2.9-PEST-анализ компании TEZ TOUR

	Возможности	Угрозы	Действия
Политические факторы	Государственная поддержка в развитии туризма	Закрытие границ во многих странах, препятствуют развитию международного туризма	Поиск новых географических регионов и развитие компании на территории дружественных стран.
Экономические факторы	Пандемия увеличила спрос на услуги и товары, реализуемые в сети Интернет. Рост рынка электронной коммерции и маркетплейсов	Падение экономики, введение санкций со стороны стран Запада, снижение покупательской способности населения, развитие конкуренции на рынке туризма	Разрабатывать стратегию ценообразования наиболее благоприятную в условиях кризиса. Совершенствовать существующие стратегии.
Социокультурные факторы	Рост активности потребителей на рынке электронной коммерции	Рост миграции населения, снижение доходов населения, снижение численности населения из-за пандемии и другие факторы	Развиваться на данном рынке, с учетом антикризисного ценообразования, увеличение географии присутствия с дружественными странами, разработка новых экотуров.
Технологические факторы	Развитие электронной коммерции, рост спроса на покупки в сети Интернет	Развитие электронной коммерции и туристических маркетплейсов в России медленнее, чем в мире	Развиваться на рынке электронной коммерции с помощью собственных сайтов, на туристических маркетплейсах, совершенствовать стратегии

Кроме этого, компания является финансово-зависимой, так как большая часть капитала сформирована за счет заемных средств, хотя зависимость не является очень высокой. Объединив факторы внешней и внутренней среды, можно составить SWOT- матрицу, таблица 2.10.

Таблица 2.10- SWOT-анализ туристической организации TEZ TOUR

<p>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</p> <p>Большой опыт продаж и собственная база клиентов. Большая география обслуживания, больше всего туров в Турцию. Известность бренда. Широкий ассортимент туристических продуктов. Наличие системы скидок . Туристическая компания имеет собственный сайт в сети Интернет . Компания располагает фирменными аксессуарами для сотрудников компании(шейные платки, выполненные в фирменной желто-синей гамме, а также содержат логотип фирмы. У компании есть свои визитки. Визитка является двусторонней, лицевая сторона содержит логотип, реквизиты, должность ФИО сотрудника. На обратной стороне адреса филиалов компании.</p>	<p>ВОЗМОЖНОСТИ</p> <p>Расширение географии рынка Увеличение количества экологических туров , в том числе глэмпинг - туры в Турцию и различные страны. Наличие финансовых ресурсов позволяет открывать новые офисы в различных странах. Развитие электронной коммерции способствует увеличению продаж туров в сети Интернет. Продвижение услуг на различных туристических маркетплейсах в сети Интернет. Возможности ускорения темпов роста цифровой экономики в России. Совершенствование ценовой, ассортиментной стратегии, стратегии качества и стимулирования сбыта.</p>
<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</p> <p>Существенное влияние факторов сезонности на спрос и прибыльность компании. Не осуществляется реализация туристических продуктов через туристические маркетплейсы. Снижаются показатели объемов продаж, прибыли и рентабельности. Не развиваются глэмпинг-туры, не достаточно хорошо развит экологический туризм Высокая зависимость от внешних источников финансирования.</p>	<p>УГРОЗЫ</p> <p>Большое количество конкурентов. Неблагоприятная ситуация в мировой экономике. COVID-19 снижает спрос на туристические услуги Снижение платежеспособности населения из-за кризисной ситуации в мировой экономике. Ухудшение международных отношений; Трудности с переводом денежных средств из России в другие страны и наоборот.</p>

Таким образом, несмотря на слабые стороны и угрозы, компания имеет не мало сильных сторон и возможностей. Если использовать эти возможности правильно, организация сможет улучшить стратегические направления, повысить долю, занимаемую на рынке и стать наиболее конкурентоспособной. Для того, чтобы определить основные пути развития компании TEZ TOUR перейдем к следующей главе исследования.

3 Пути развития деятельности ООО «Компания ТЕЗ ТУР» на рынке туристических услуг Турции

3.1 Формирование нового туристического продукта в Турцию

Оценка текущей ситуации туристической организации TEZ TOUR показала, что компания может использовать свои сильные стороны и возможности для повышения конкурентоспособности. Одним из основным направлений компании является туризм в Турцию, однако в настоящее время мало экологических туров оказывает компания, как в Турцию так и в другие страны. В связи с развитием пандемии экологический туризм стал пользоваться особой популярностью, поэтому формирование нового туристического продукта в Турцию целесообразно выбрать именно в этом направлении. Для туристического путешествия был выбран Ликийский путь.

Ликийский путь (Ликийская тропа, Lician Way, Лукуа Yolu) входит в списки лучших туристических маршрутов мира. Маршрут относительно простой и не требует ни каких специальных навыков для прохождения. Пролегает на территории древней Ликии, что находилась на юге Малой Азии, на полуострове между Анталией и Фетхие. Тропа не является каким-то древним путем, а проложена по одним из самых красивых местам тех краев: вдоль живописнейших скал, лазурных пляжей, древнегреческих руин, которые в некоторых местах очень даже прилично сохранились, охватывает наиболее значимые достопримечательности древней Ликии. Маршрут официально утвержден правительством Турции. [24]

Трек в основном идет по горным тропам, иногда пролегает по накатанным грунтовым и даже асфальтовым дорогам. Ликийская тропа - это пеший маршрут длиной 540 километров вдоль средиземноморского побережья Турции. Она проходит по территории античной Ликии - там множество руин древних городов, живописные пляжи, где можно встретить морских черепах, и горы с пасущимися козлами. В поход

по Ликийской тропе отправляются даже неопытные путешественники: на маршруте есть населенные пункты, кемпинги, кафе, ходит общественный транспорт. Чтобы пройти тропу полностью, понадобится целый месяц. Поэтому для формирования туристического продукта в этом направлении, можно выбрать небольшой участок маршрута, рисунок 3.1. [24]



Рисунок 3.1. Схема Ликийской тропы и фото мест [24]

История Ликийской тропы началась более 20 лет назад. Маршрут проложила и промаркировала британка Кейт Клоу. В 1989 году она переехала в Турцию и полюбила гулять вдоль юго-западного побережья. Так Клоу придумала соединить тропой древние памятники и обратилась с идеей к представителям министерства туризма. Чиновники не поняли, зачем прокладывать такой природный маршрут, и Клоу пришлось искать спонсоров, чтобы промаркировать тропу. В 1999 году маршрут открыли и издали книгу о нем на английском языке. Сейчас тропу поддерживает Общество культурных маршрутов во главе с Клоу. [18]

Удобнее всего начинать поход к Ликийской тропе с трех населенных пунктов: Олюдениз, Кабак и Чиралы. Рассмотрим кратко.

1) Олюдениз. Рядом с этой деревней находится официальный старт тропы - там она резко поднимается в горы вдоль берега. С высоты открывается красивый вид на побережье Олюдениза. Кемпингов в деревне немного, но есть не мало гостиниц. В поселке есть пляж Голубая лагуна. Раньше вход на него был платный и стоил 7 TRY (26 руб.), в 2020-2021 годах на пляж пускают бесплатно - возможно, из-за коронавируса. На пляже есть несколько кафе, прокат сапов и катамаранов. Вся территория вдоль берега заставлена шезлонгами.

2) Кабак - это небольшой поселок, название которого переводится как «тыква». Ликийская тропа отсюда ведет в Олюдениз - до него 40 минут езды на машине - и горную деревню Алинджа. Кемпингов в Кабаке много, и стоят они друг за другом. Большая часть кемпингов находится на горе.

3) Чиралы. В этом поселке есть кемпинги и пансионы - небольшие отели с питанием. Вдоль всего поселка идет длинный песчаный пляж. Вход на него бесплатный, как и лежаки, что нетипично для Турции. В 5 минутах ходьбы от Чиралы находится античный город Олимпос. В небольшом поселке рядом с ним тоже есть жилье, но довольно скромное. Ликийская тропа у Чиралы раздваивается: одна идет вдоль берега, а другая - к под-

ножию горы Тахталы. На полпути туда есть деревня Улупинар. Там выращивают рыбу и расположено несколько рыбных ресторанов. Рыба живет в бассейнах, рядом с которыми стоят столики для посетителей. [18]

Ликийскую тропу промаркировали красно-белыми метками, но нанесли их неравномерно. Поэтому многие туристы складывают пирамидки из камней вдоль пути, чтобы тем, кто идет следом, было легче ориентироваться, рисунок 3.2.

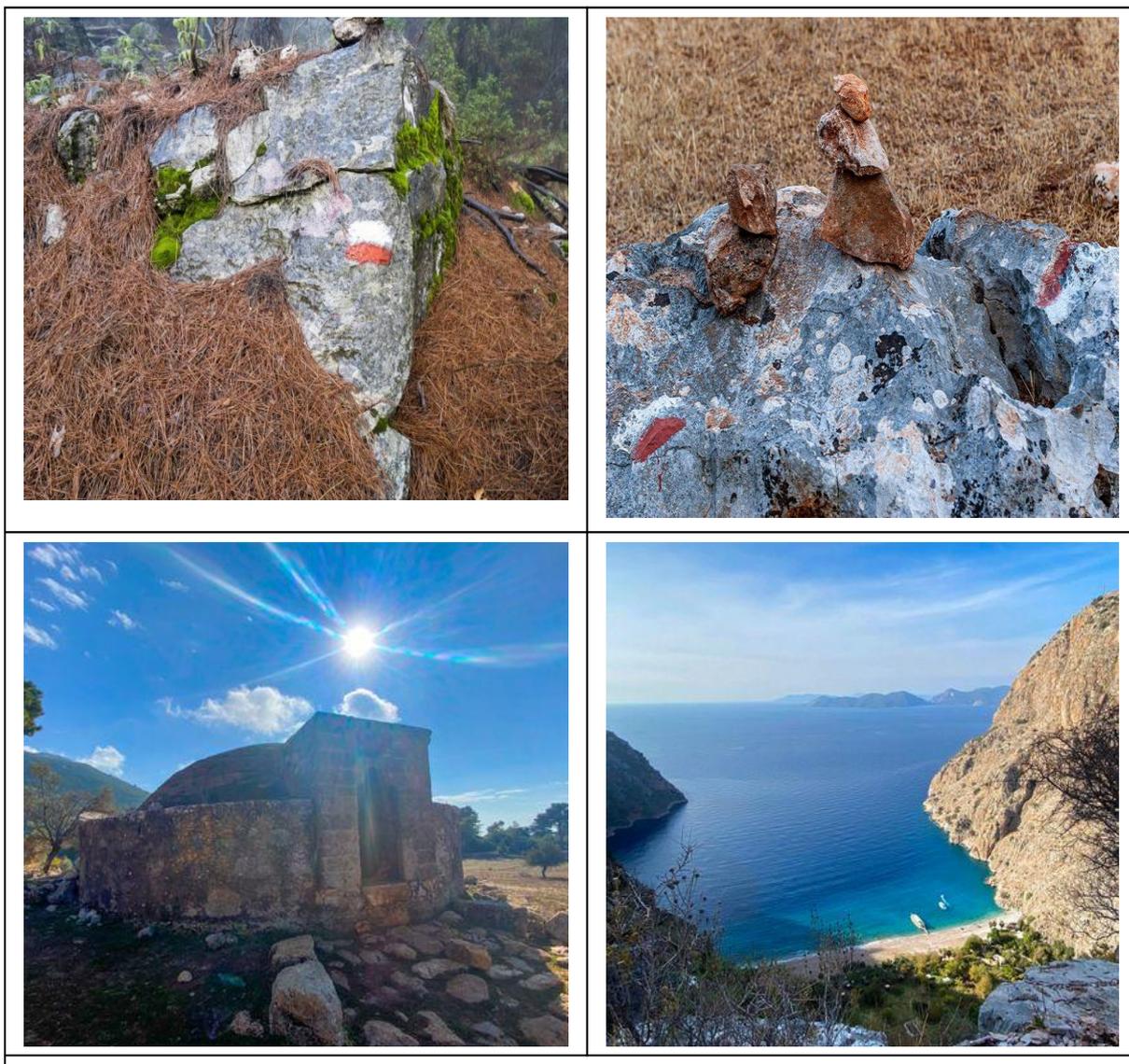


Рисунок 3.2.Маркировка Ликийской тропы (красно-белые метки)

На Ликийской тропе не мало достопримечательностей, очень много, хорошо сохранившихся руин, чаще всего встречаются, выдолбленные из цельного камня, гробницы, возраст некоторых из них достигает более 2,5

тысяч лет. Одно из интереснейших мест в историческом плане, это город Олимпос, имевший большую значимость, во времена процветания Ликии. Сейчас это хорошо сохранившиеся руины, менее всего разрушенные со временем, находящиеся в тех краях. Так же не менее интересным является место- Мира, которое славится очень хорошо сохранившимися гробницами, высеченными в скалах, и восстановленным древнегреческим амфитеатром, который по настоящее время реставрируют. Кроме этого, Мира является местом паломничества у православных христиан, так как, согласно преданию, в устье реки, на которой стоял город, в гавани Андриаке пристал к берегу апостол Павел перед своим отправлением в Рим. Фото достопримечательностей Ликийской тропы представлено на рисунке 3.3.



Рисунок 3.3. Достопримечательности Ликийской тропы

Одной из значимых точек маршрута Ликийской тропы является Химера - гора на которой на протяжении уже нескольких тысячелетий круглый год горят вечные огни природного происхождения. Естественно, что с древних времен об этом месте складывалось множество легенд, а миф о Химере, описанный Гомером в знаменитой Илиаде, оказался самым лучшим способом описать происходящее в недрах. Сейчас известно, что это просто природный газ, выходя на поверхность, имеет свойство самовоспламенения. Периодически языки пламени тухнут, а потом вновь загораются. Таких вечно горящих костров на слоне горы - несколько десятков, самые большие из них находятся в средней части горы около руин храма и могут достигать метра в высоту, а около перевальной седловины (где есть место для лагеря) - огоньки поменьше, на которых вполне можно даже готовить.

Итак, выше были рассмотрены некоторые достопримечательности Ликийской тропы, история ее возникновения как туристического маршрута. В продолжении темы разработаем туристический продукт «Красоты Ликийской Тропы». Тур будет рассчитан на 9 дней/8 ночей. Это экологический тур, который включает в себя походное путешествие по тропе с проживанием в палатках. Тур «Красоты Ликийской Тропы»- это путешествие с рюкзаками по древней тропе Турции, которая отсылает туристов в Древнюю Ликию. Каждый день туристы будут жить в палатках или кемпингах под открытым небом с видами на закрытые бухты, куда можно попасть только на лодке или пешком.

Тур планируется начать с самого видового участка Ликийской тропы. Начало-с комфортного отеля в центре Анталии и Фетхие, далее туристы смогут прогуляться по античному городу, поднимутся к античным гробницам высеченным на склонах горы.

В самом начале путешествия туристы отпразднуют знакомство друг с другом в историческом фиш-маркете на старинном базаре. На маршруте

будет много моря и гор, можно назвать это погружением в природу, историю и культуру.

В процессе туристического путешествия «Красоты Ликийской Тропы», туристы смогут: пройти по древним мощёным тропам среди гор и морских бухт; каждый день наблюдать бирюзовое Средиземное море; искупаться в январе в райской бухте; перезагрузиться на природе в Новогодние каникулы; гулять среди оливковых деревьев; осматривать древние гробницы, высеченные прямо в скале; выпить бесчисленное количество гранатового сока и насобирать мандаринов прямо с деревьев; отпраздновать новый год не в снегу, а рядом с морем.

Туристический маршрут начинается и заканчивается в городе Анталья. Схема маршрута представлена на рисунке 3.4. Рассмотрим подробнее туристический продукт «Красоты Ликийской Тропы».

1) День 1. Встреча в Анталии, знакомство со старым городом. В течение дня гид встречает участников в аэропорту и помогает добраться до отеля. Участники размещаются в отеле, знакомятся и вечером у туристов будет возможность погулять по Старому городу Анталии, а также поужинать в прибрежном ресторане.

2) День 2. Переезд в Фетхие, прогулка по Старому городу.

После завтрака туристы выезжают в Фетхие на комфортном трансфере. В городе путешественники размещаются в отеле и после этого смогут погулять в старинной части с древними гробницами высеченными прямо в скале. После прогулки, туристы смогут посетить легендарное место - аутентичный рыбный рынок с сибасом, тунцом, креветками, кальмарами и множеством других морепродуктов. Путешественники не просто смогут погулять по антуражной локации, а поужинают в историческом ресторане.

Это отличная возможность понять, какой вкусной может быть рыба на самом деле. После ужина туристы прогуляются по набережной в окружении яхт и после всего, вернутся отдыхать в отель.

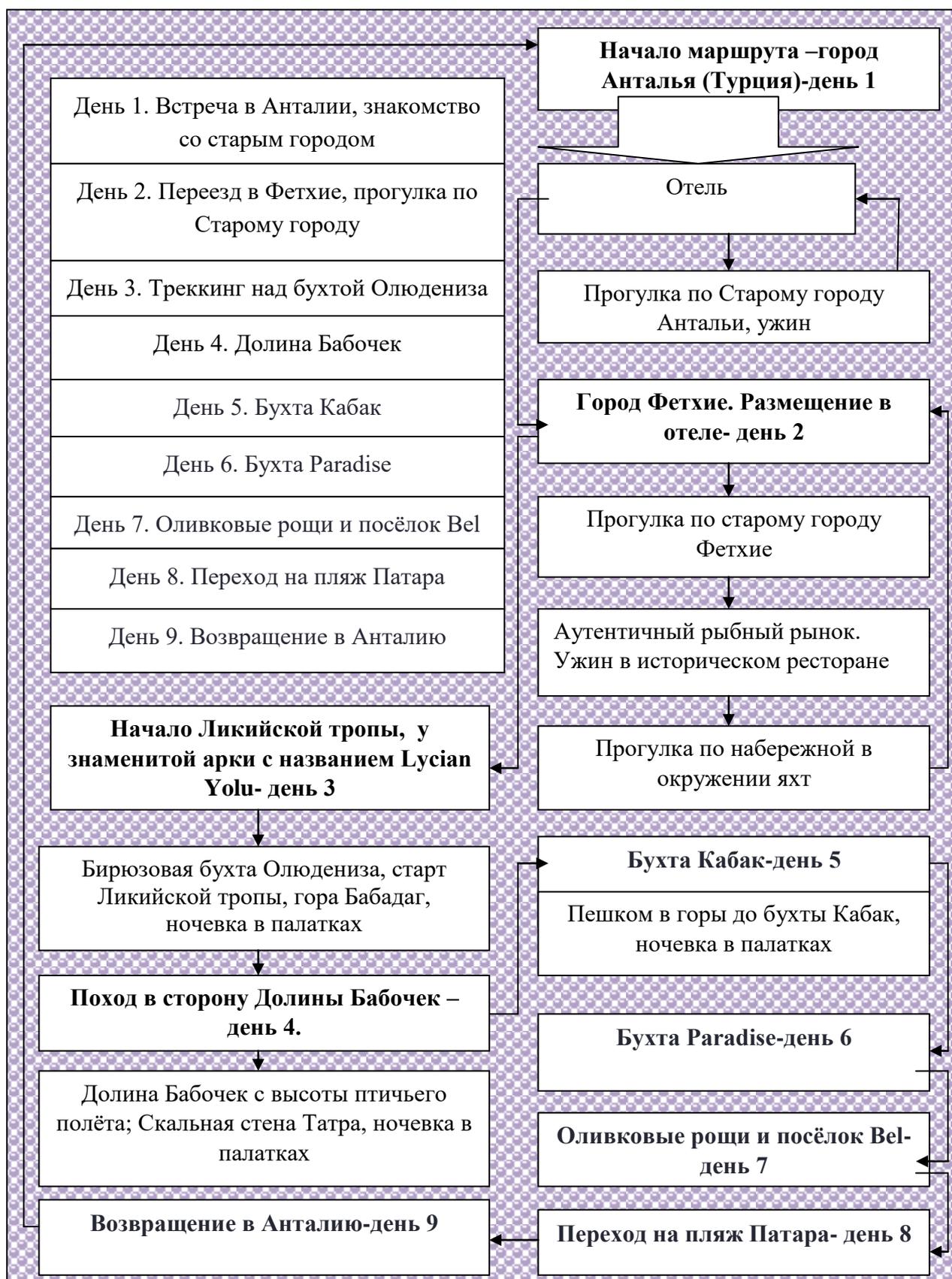


Рисунок 3.4. Туристический маршрут в Турцию «Красоты Ликийской Тропы»

3) День 3. Треккинг над бухтой Олюдениза. После завтрака туристы направятся на начало Ликийской тропы, у знаменитой арки с названием Lycian Yolu и начнут подниматься в горы, рисунок 3.5.

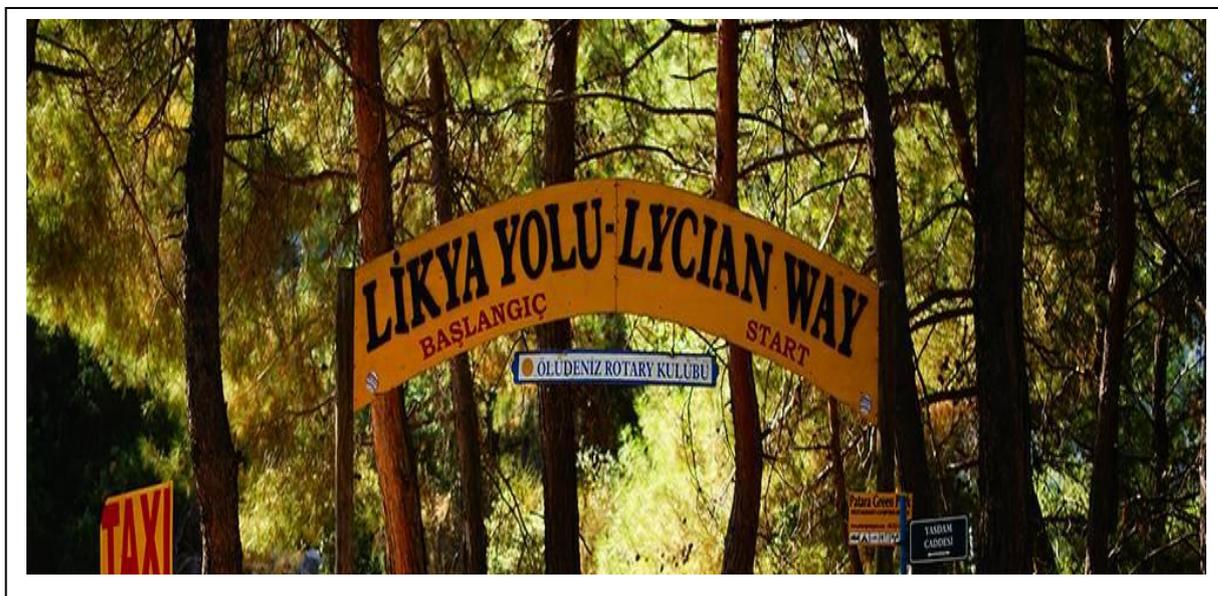


Рисунок 3.5. Фото: Начало Ликийской тропы (знаменитая арка с названием Lycian Yolu) [18]

Путь будет идти по тропе среди оливковых деревьев и остролистных дубов. В некоторых местах дорога будет мощёной камнем, который стал гладкий от бесчисленного количества стоп, которые прошли по нему. Иногда она будет превращаться в грунтовую тропу. Целый день справа туристы будут наблюдать бирюзовое море, изрезанное бухтами, а слева будет воздыматься стена горы Бабадаг. К вечеру путешественники придут к поляне, на которой необходимо будет разбить лагерь и заночевать в палатках. Самыми красивыми видами третьего дня путешествия будут: бирюзовая бухта Олюдениза, старт Ликийской тропы, гора Бабадаг.

4) День 4. Долина Бабочек.

После завтрака туристам необходимо будет собрать лагерь и сделать переход в сторону Долины Бабочек. Идти придется среди деревушек и спускаться по дороге вниз. По пути туристы встретят родники и оборудованные источники с водой. На входе в посёлок Фаралья с высоты откроется

вид на бухту, которая приютилась среди двух вертикальных скальных стен. На некоторых скалах даже видны козлики, которые туда попали совершенно необъяснимым образом. После обеда туристам необходимо будет разбить палаточный лагерь на видовой поляне в Долине и отдыхать. Самыми красивыми видами четвертого дня путешествия будут: долина Бабочек с высоты птичьего полёта; Скальная стена Татра. В долине Бабочек можно будет увидеть более 100 разных видов бабочек.

5) День 5. Бухта Кабак.

С утра, туристам необходимо собрать лагерь и направится опять в горы, где ждёт переход до бухты Кабак. По дороге будут встречаться видовые участки со Средиземным морем и вишенкой на торте будет вид на сам Кабак с высоты. В бухте туристы смогут встать с палатками, разбить лагерь, перекусить. При наличии времени и желания можно будет дополнительно сделать прогулку к водопаду, который находится на склоне Западного Тавра. Участок Кабак схематично представлен на рисунке 3.6.



Рисунок 3.6. Участок Кабак - Алинджа в западной части Ликийской тропы в приложении Trailsmart(выделен синим) [18]

б)День 6. Бухта Paradise.

Шестой день путешествия является одним из самых необычных дней. Туристы будут идти совсем недолго, но окажутся на пляже Paradise. Название соответствует реальности. Бирюзовый пляж, к которому нет автодороги, и попасть сюда можно только пешком или на лодке. Ночевать в этот день путешественники будут также в палаточном лагере.

7)День 7. Оливковые рощи и посёлок Bel.

Рано утром, туристы необходимо собрать лагерь, позавтракать и направиться вдоль берега на соседний пляж Калабантия, где сохранились древние строения. Затем путешественники смогут подняться на плато и идти через оливковые рощи в сторону посёлка Бель. Внизу можно будет увидеть ещё один лазурный пляж и ночь туристы проведут на уютной поляне в палатках.

8)День 8. Переход на пляж Патара.

После сбора палаток и завтрака, почти весь день туристы будут спускаться в сторону одного из самых длинных пляжей Средиземного моря - пляж Патара. Путешественников ждёт плавный сброс с высоты, который начнётся в сосновом лесу на террасных плантациях оливок и в финале дня, туристы окажутся в кемпинге недалеко от берега моря. В кемпинге путешественники смогут отдохнуть, и погулять по побережью.

9)День 9. Возвращение в Анталию. Утром туристы на комфортном трансфере отправятся на самолёт в Анталию.

Итак, выше был рассмотрен туристический продукт в Турцию – экологическое путешествие «Красоты Ликийской Тропы», которое включает в себя путешествие на природе по горам, лесам и берегу моря, с ночевками в палатках и кемпингах. Гражданам России для пребывания на территории Турции в течении 60 дней оформлять визу не требуется. Для въезда на территорию страны необходим лишь заграничный паспорт. Данное путешествие позволит туристической компании TEZ TOUR разнообразить ассортимент

туров и привлечь большее количество туристов в Турцию. Увеличение туристического потока в Турцию будет способствовать росту показателя ВВП, что положительно отразится на экономике Турции. Однако, для того, чтобы туристический маршрут позволит привлечь большое количество потребителей, необходима эффективная система продвижения тура, для того, чтобы подробнее рассмотреть эту часть вопроса, перейдем к следующему параграфу исследования.

3.2 Продвижение нового туристического продукта на рынке электронной коммерции

В настоящее время, особенно в период развития пандемии, рынок электронной коммерции начал набирать обороты. При этом, замечено, что растут показатели объемов продаж как товаров, так и услуг. Эксперты ожидают, что рынок электронной коммерции еще имеет большой потенциал роста, а поэтому продвижение товаров и услуг в сети Интернет будет являться прибыльным мероприятием.

В частности, эксперты Statista прогнозируют, что к 2023 году оборот розничной электронной торговли может превысить 6,5 трлн. долл. США, рисунок 3.7. В Group M предсказывают более скромные результаты и отмечают, что объемы розничного рынка ecommerce в 2023г. составят 6065,9 млн. долл. США, рисунок 3.8.

Доля ecommerce в обороте розничной торговли всей планеты к 2024 году достигнет 25,0%, а к 2027 сфера интернет-торговли будет продавать товаров и услуг на 10 триллионов долл. США. Главным бенефициаром в сегменте уже стал Китай.



Рисунок 3.7. Прогнозы экспертов Statista по развитию рынка электронной коммерции в мире до 2023г. [45]



Рисунок 3.8. Прогнозы электронной коммерции в мире по данным Group M до 2024г. [45]

Однако, несмотря на то, что у компании TEZ TOUR для продвижения туристических продуктов имеется собственный сайт, компания также размещает информацию, статьи о своих услугах на различных тематических сайтах, продвигает также свои туристические продукты в социальных сетях. Тем не менее, необходимым является усиление продвижения в сети Интернет.

На сегодняшний день, на рынке электронной коммерции особой популярностью пользуются маркетплейсы, в том числе и туристические маркетплейсы. Маркетплейс дает существенное преимущество потребителю, который может на одном интернет-ресурсе выбрать множество туров различных операторов, сравнить цены, скидки и так далее. В рейтинге лучших туристических маркетплейсов находятся: Травелата, ОнлайнТурс, Туту Туры, Слетать.ру, Большая Страна и другие. Рассмотрим кратко особенности туристических маркетплейсов. [42]

1)Туристический маркетплейс: Травелата, рисунок 3.9.

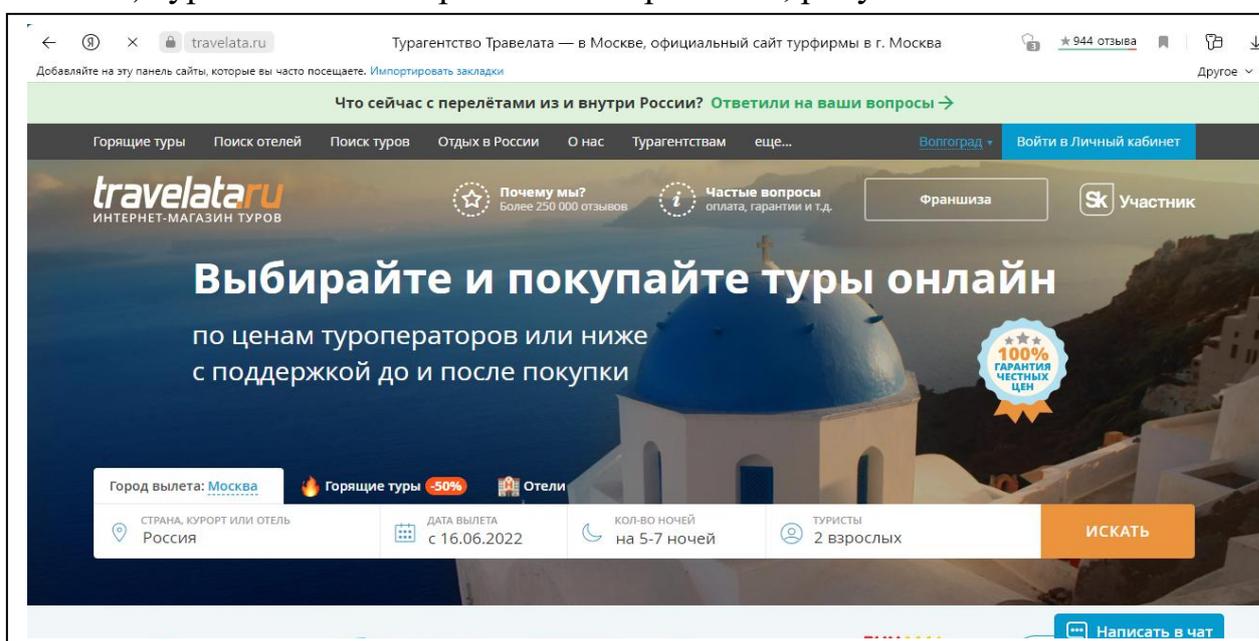


Рисунок 3.9. Фото сайта туристического маркетплейса Травелата

Официальный сайт - travelata.ru .В базе Травелата есть предложения более 150 туроператоров. Интерфейс понятен на интуитивном уровне, фильтры стандартные, благодаря им на Travelata можно быстро найти подходящие туры. Клиентам нравится функция поиска тура с датами «плюс-минус» несколько дней. Уникальное предложение портала - отдельные фильтры поиска для семей с детьми. Можно сделать акцент на услугах няни, гаджетах для малышей, мини-клубе, качестве детских развлечений.

Сайт работает без наценок, более того, если потребитель найдет аналогичный тур дешевле, Travelata сделает скидку. Также можно просто

посмотреть все горящие туры на одном сайте на ближайшую неделю, если направление отдыха не принципиально. Кроме этого, Travelata предоставляет различные промокоды на скидку. В настоящее время по данным на 2022г. Travelata предоставила промокоды для читателей блога на скидку от 300 до 1000 рублей на туры, таблица 3.1[42]

Таблица 3.1-Промокоды от Travelata в 2022 году

№ п/п	Список промокодов
1	Промокод AF300uniticket дает скидку 300 руб. на туры стоимостью от 20.000 рублей, без учета топливного сбора.
2	Промокод AF500uniticket дает скидку 500 руб. на туры стоимостью от 40.000 рублей, без учета топливного сбора.
3	Промокод AF1000uniticket дает скидку 1000 руб. на туры стоимостью от 60.000 рублей, без учета топливного сбора.

В настоящее время также проходит программа туристического кэшбэка. С учетом данной акции становится выгоднее покупать именно пакетный тур, так вы получаете 20,0% кешбека от всей стоимости тура (билет+отель).

2) Туристический маркетплейс: ОнлайнТурс, рисунок 3.10.

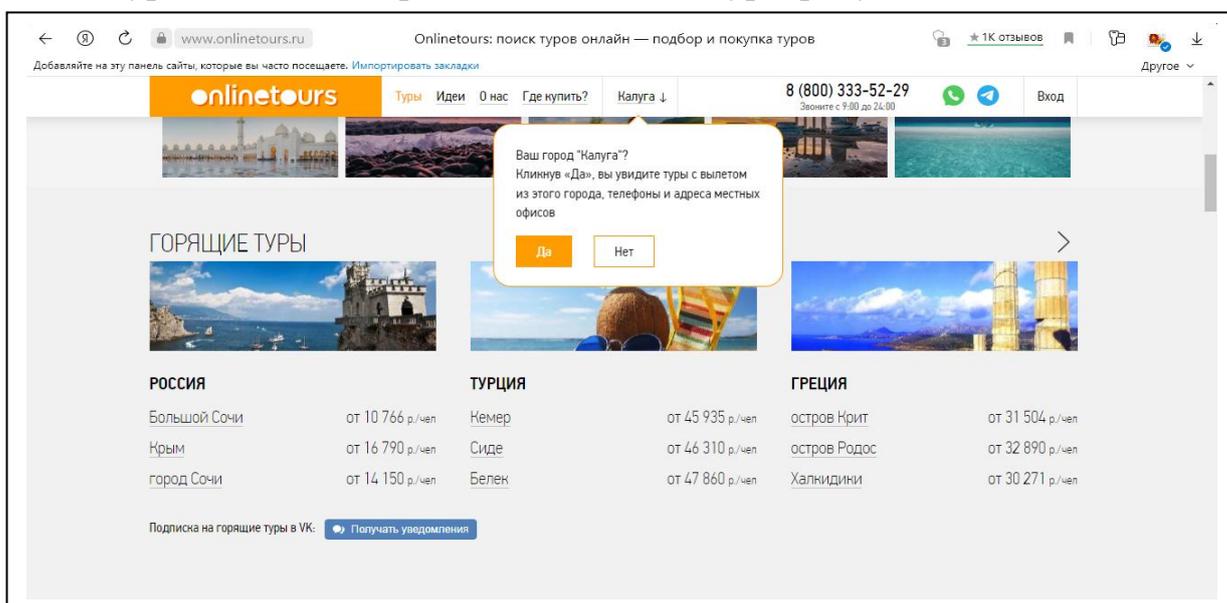


Рисунок 3.10. Фото сайта туристического маркетплейса ОнлайнТурс

Официальный сайт -OnlineTours.ru. Еще один поисковик туров по всем туроператорам. OnlineTours начал свою работу почти 10 лет назад – в 2012 году. Его партнеры – более 130 проверенных операторов. Именно на надежности этот поиск делает особый акцент. Задав свои параметры,

потребитель увидит самые дешевые туры, которые в этот момент имеются на рынке. Учитывая большое количество предложений, туры со скидкой 30,0-50,0% есть всегда, иногда можно приобрести тур со скидкой до 70,0%.

Оплатить понравившийся тур можно сразу же онлайн. Сначала нужно перевести 50,0%, а остальную сумму – в течение 3 дней. Клиент юридически защищен – при оформлении тура он получает договор и чек. Сервис большое внимание уделяет работе с клиентами: сотрудники OnlineTours регулярно контролируют качество отдыха своих туристов; колл-центр работает круглосуточно, 250 профессиональных консультантов готовы в любое время помочь подобрать тур и решить возникшие вопросы с его оформлением; для туристов создан раздел с полезной информацией «Идеи для отдыха» - погода, направления, пляжи, информация о визах и многое другое, интересное для путешественников; можно подписаться на рассылку новостей, в том числе на пуш-рассылку; разработана система бонусов; клиенты из Москвы могут бесплатно сделать фотографию на визу; ежегодно разыгрываются бесплатные путевки среди зарегистрированных посетителей сайта. [42]

3) Туристический маркетплейс: Туту Туры, рисунок 3.11.

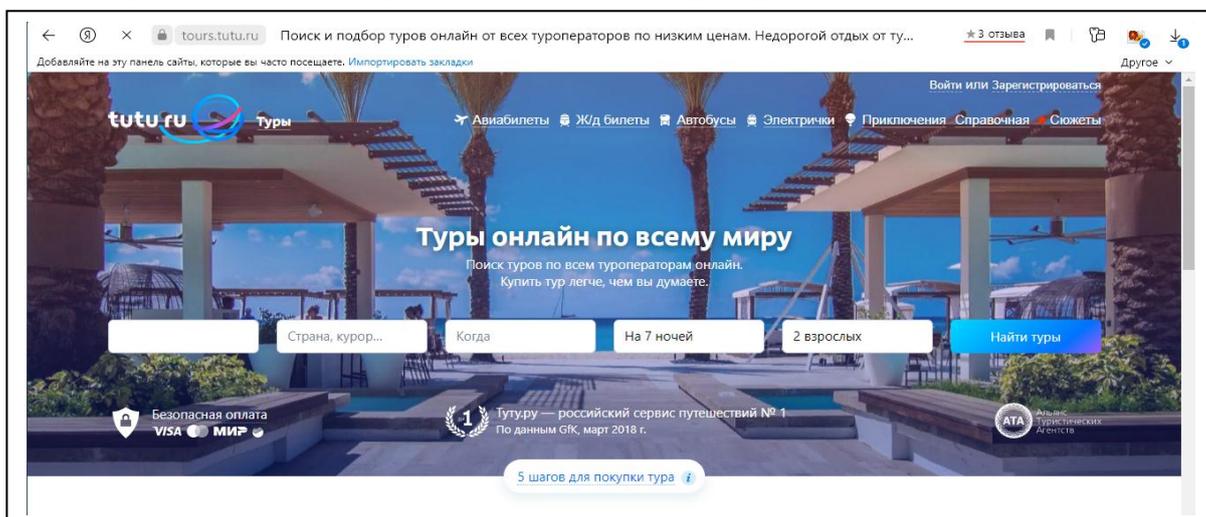


Рисунок 3.11. Фото сайта туристического маркетплейса Туту Туры

Официальный сайт -tours. tutu.ru. Сайт поиска туров онлайн Tutu Tours, которым путешественники привыкли пользоваться для поиска билетов на самолет, автобус или поезд, теперь предлагает и подбор туров. Пока

официальный сайт Туту работает с 40 популярными направлениями, но их число постоянно растет. У Tutu Tours есть удобная мобильная версия. Функционал простой – достаточно указать примерные даты путешествия и направление, дополнительно можно уточнить количество гостей, статус отеля и другие параметры. Предложения показывают уже с учетом топливного сбора, без скрытых надбавок и комиссий. Оплатить тур можно онлайн с помощью карты или в офисе наличными. Данные клиентов надежно защищены. Если тур оформляется в безвизовую страну, все документы поступят на электронную почту. С получением визы сотрудники Tutu Tours также готовы помочь.

4) Туристический маркетплейс: Слетать.ру, рисунок 3.12.

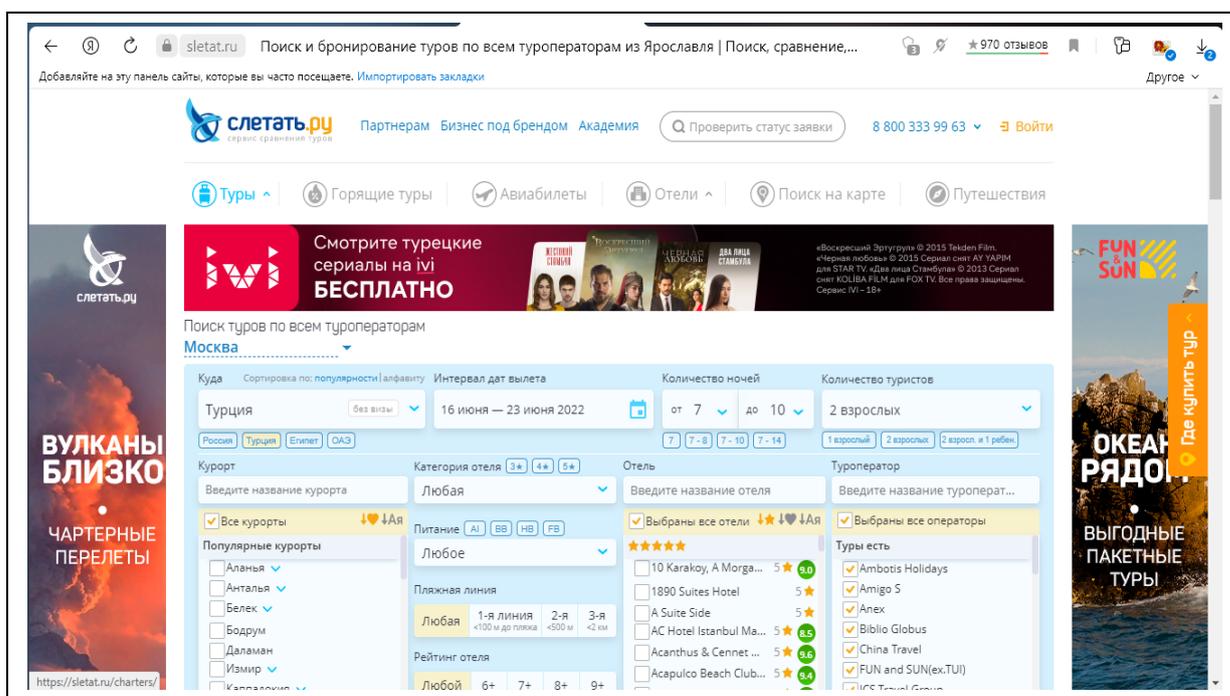


Рисунок 3.11. Фото сайта туристического маркетплейса Слетать.ру

Официальный сайт -sletat.ru. Оплатить забронированные туры можно онлайн или в офисах Слетать.ру. Популярный агрегатор туров без особой специфики, который поможет найти путевку по основным параметрам. Фильтров немного, что позволяет не запутаться неопытным пользователям. Слетать.Ру - один из первых подобных сервисов в России – работает с

2010 года, сотрудничает со 140 туроператорами. Сервисом Слетать.ру ежемесячно пользуются более 1500000 посетителей.

Поисковая система выдает все подходящие предложения, начиная с самых дешевых. Выбрать поможет подробная информация об отелях, фотографии и отзывы туристов. На сервисе есть опция рейтинга туров. Она помогает определиться с оператором – кто часто не подтверждает заказ, а у кого есть скрытая доплата. Заявки обрабатываются не более минуты. Забронировать тур можно сразу же онлайн, оплатить так же или в офисе компании. Представительства Слетать.Ру есть в 185 городах России.

5) Туристический маркетплейс: Большая страна, рисунок 3.12.

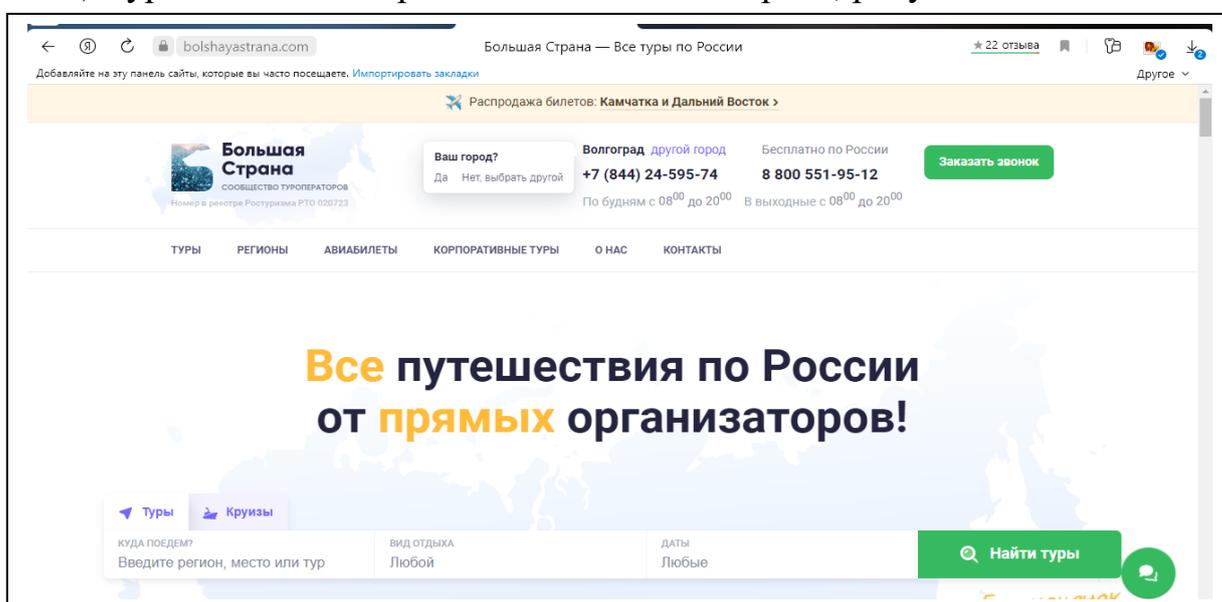


Рисунок 3.12. Фото сайта туристического маркетплейса: Большая страна

Официальный сайт - Bolshayastrana.com. На сайте Большая страна есть почти все направления по России. Сайт Большая Страна предлагает все направления по России и любые виды отдыха. Это единая база предложений туроператоров по отдыху в родной стране - от Алтая и Калининграда до Краснодарского края и Крыма - всего 56 регионов. Оформлен сервис лаконично, интерфейс прост в использовании. Большое внимание уделяется обратной связи. Служба поддержки работает 24/7, есть бесплатный многоканальный телефон. Одно из главных преимуществ сайта Большая Страна - отсутствие скрытых наценок и, соответственно, низкие цены. [42]

Кроме стандартного отдыха в отеле туристы могут подобрать на сервисе экстремальные или эксклюзивные туры. Например, сплав по реке или поход на собачьих упряжках. На сайте можно найти тур, используя традиционные параметры (направление, звездность проживания, продолжительность, наличие питания), а также указать сложность путешествия (наличие или отсутствие физической нагрузки). Либо найти подходящий вариант в тематической подборке (события, праздники, особые мероприятия). Все путешествия по России предлагаются от прямых организаторов.

Итак, выше были рассмотрены наиболее популярные туристические маркетплейсы, на них очень высокая посещаемость, а поэтому продвигать туры с помощью данных маркетплейсов будет целесообразно. При этом, сам продавец туров за продажу туристических продуктов оплачивает определенный процент маркетплейсу. Для того, чтобы оценить эффективность предложенных мероприятий, перейдем к следующему параграфу исследования.

3.3 Экономическая эффективность проекта мероприятий по совершенствованию стратегии организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»

Представленные выше мероприятия, направлены на совершенствование следующих стратегий компании TEZ TOUR: товарная стратегия и стратегия продвижения, рисунок 3.13. Товарная стратегия предусматривает разработку туристического продукта в Турцию «Красоты Ликийской тропы», а стратегию продвижения планируется совершенствовать за счет улучшения продвижения в сети Интернет, путем размещения информации на различных туристических маркетплейсах.

Экономическая эффективность проекта мероприятий представляет собой экономическую выгоду компании TEZ TOUR за счет реализации нового экологического тура. Для того, чтобы определить ожидаемые показа-

тели объемов продаж, прибыли и рентабельности компании TEZ TOUR, рассчитаем стоимость тура: «Красоты Ликийской тропы».

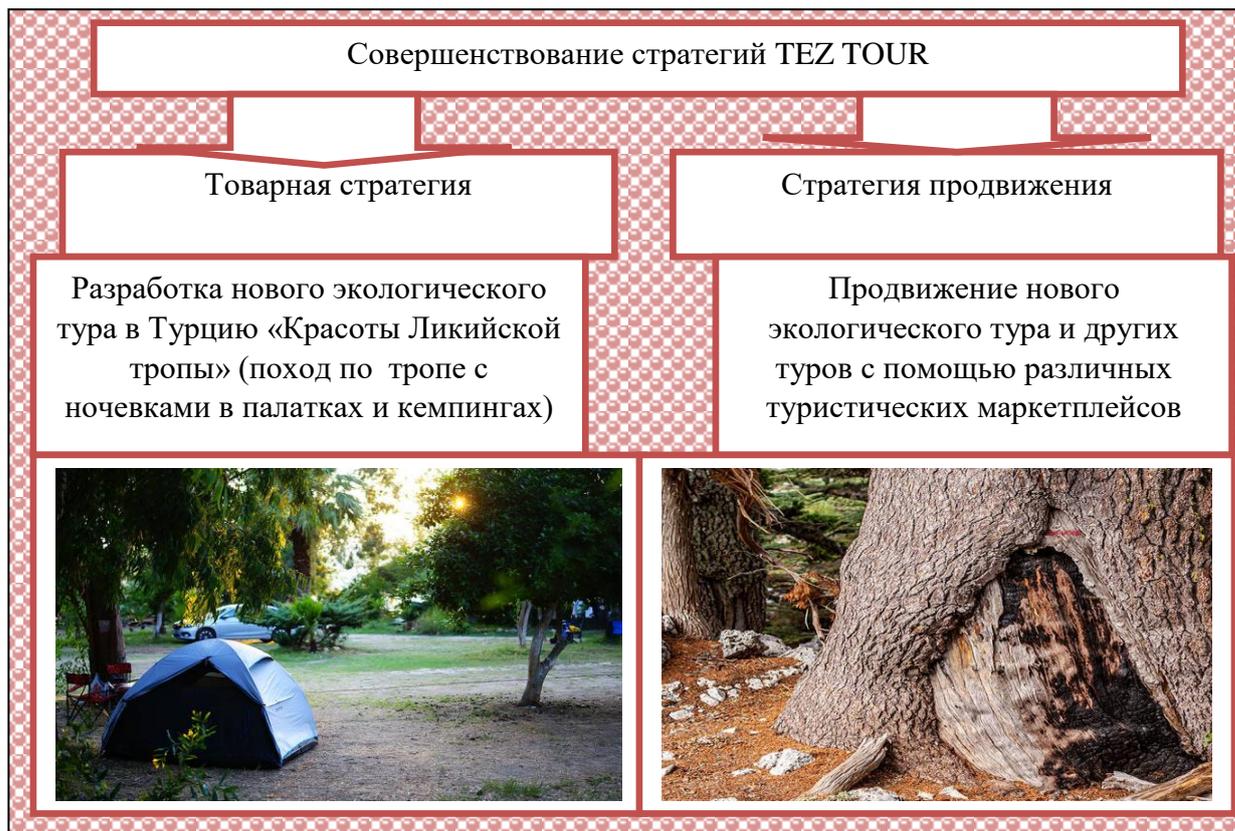


Рисунок 3.13. Совершенствование стратегий ООО «Компания ТЕЗ ТУР»

Разработанный туристический продукт в Турцию «Красоты Ликийской тропы» включает в себя следующие статьи затрат: питание, проживание в палатках, отелях, кемпингах, общественное снаряжение (палатки, газ, горелки, общественная посуда для приготовления пищи) и др.

При расчете стоимости тура необходимо ориентироваться на стоимость кемпингов, аренды палатки и др. Средние цены в Турции за 2019-2022гг. на аналогичные услуги представлены в таблице 3.2. Место под свою палатку в сутки в среднем составляет 115,0-200,0руб., Аренда палатки в сутки составляет 200-250,0 руб., завтрак и ужин может составить 300 руб. на человека.

Некоторые виды услуг не включаются в стоимость тура. Питание также может включено, но туристы могут приобретать и дополнительные продукты питания или посещать кафе. В среднем обед в кафе может стоить 70-

90 TRY (264-339,0, руб.) на двоих. Одно блюдо (большая порция) стоит 15-40 TRY (56,0-151,0 руб.). Цена на турецкий чай в кафе - 2-3 TRY (8,0-11,0 руб.). А вот с кофе в стране проблемы: даже в ресторанах приносят растворимый «Нескафе», который стоит как свежемолотый - 10-20 TRY (38,0-75,0 руб.). В целом на двоих ужин может составить 70 TRY. Турецкое вино не самое дешевое. Бутылка вина в магазине стоит 80-100 TRY (301,0-377,0 руб.), бокал вина в ресторане стоит 30-40 TRY (113,0-151,0руб.). Кроме вина в магазинах туристы могут также покупать воду, хлеб, сыр, фрукты и другие продукты питания. [18]

Таблица 3.2-Цены в кемпингах Турции в 2019-2022гг. [18]

№ п/п	Виды расходов	Цена, TRY	Цена, руб.
1	Завтрак и ужин	50-80	188-300
2	Аренда палатки в сутки	50-66	188-250
3	Место под свою палатку в сутки	30-50	113-188
4	Завтрак или ужин	25-30	94-113
5	Одна стирка в стиральной машине	20	75

Далее рассчитаем стоимость тура «Красоты Ликийской тропы», данные оформим в виде таблицы 3.3. По данным таблицы 3.3. видно, что общая сумма обязательных услуг составляет 15985,0 руб., с учетом стоимости самолета с Москвы до Анталии стоимость тура составит 45985,0 руб. В таблице также представлены дополнительные услуги, которые не являются обязательными и туристы могут их оплачивать по мере необходимости. К таким услугам относятся: покупка различных напитков в кафе, ресторанах, питание в общественных местах, страховка.

Посещение Турции не возможно без соблюдения определенных требований. В настоящее время въезд в Турцию возможен либо с сертификатом о вакцинации Спутник V, либо другая вакцина. Также въезд в Турцию возможен с ПЦР-тестом на английском языке. ПЦР тест должен быть сделан

не позднее 48 часов до момента посадки в аэропорту Анталии. Очень важно для рейсов с пересадками.

Таблица 3.3-Расчет стоимости затрат экологического тура в Турцию «Красоты Ликийской тропы» на 9дней/8ночей

№ п/п	Виды расходов	Цена на 1 человека(1 раз), руб.	Кол-во раз	Общая сумма затрат, руб.
1	Услуги гида-организатора	200	9	1800
2	Трансфер от Анталии до Фетхие	730	1	730
3	Встреча в аэропорту Анталии	100	1	100
4	Проживание в отеле в Анталии в первый день (размещение по 2-3 человека в номере), завтрак включен	3800	1	3800
5	Проживание в отеле в Фетхие во второй день (размещение по 2-3 человека в номере), завтрак включен	2600	1	2600
6	Проживание в палатках на треке (размещение по 3 человека в палатке)	190	4	760
7	Питание на треке (завтрак и ужин, обеденный перекус)	300	4	1200
8	Ужин на историческом рыбном рынке в Фетхие (кроме напитков)	315	1	315
9	Общественное снаряжение (палатки, газ, горелки, общественная посуда для приготовления пищи)	600	5	3000
10	Проживание в кемпинге по программе	350	1	350
11	Трансфер от Фетхие до Олюдениза	150	1	150
12	Трансфер от точки финиша до аэропорта Анталии	1180	1	1180
	Итого общая сумма затрат			15985
-//-	Дополнительные услуги и питание:			
1	Обязательные услуги: Перелет на самолете от Москвы до Анталии и обратно	30000	-//-	30000
2	Необязательные услуги			
2.1.	Турецкий чай в кафе	11	-//-	11
2.2.	Одно блюдо в кафе(в среднем)	150	-//-	150
2.3.	Растворимый «Нескафе»	38-75	-//-	38-75
2.4.	Бокал вина в ресторане	150	-//-	150
2.5	Страховка	2500	-//-	2500
	Итого общая сумма затрат с учетом авиабилетов, без необязательных услуг			45985

Следовательно, себестоимость тура составит 15985,0 руб. По данным предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» доля себестоимости в выручке составляет в среднем 20,0%, при таких условиях стоимость тура должна составить 79925 руб. При продаже тура на маркетплейсах, необходимо оплатить процент в среднем 5,0% от стоимости тура, то есть цена за минусом процента маркетплейсу составит 75928 руб. Так как тур рассчитан на 9 дней, в месяце в среднем 30 дней, при учете ,что каждый месяц при количестве 10 туристов, можно организовать тур три раза, то есть общее количество туристов составит 30 человек. Следовательно, выручка от продажи тура в месяц составит:

$75928 \times 30 = 2277840$ руб. (в месяц). В год объемы продаж от тура будут равны 27334080 руб. или 27334 тыс. руб.

Общая себестоимость тура:

$15985,0 + 3996,0$ (процент маркетплейсу) = 19981,0 руб.

Общая себестоимость тура (в количестве 360 человек, за год) составит:

$19981 \times 360 = 7193160$ руб. или 7193,0 тыс. руб.

Валовая прибыль от реализации тура при таких условиях будет равна:

$27334 - 7193 = 20141$ тыс.руб.

Если управленческие и коммерческие расходы оставить на уровне прошлого года в сумме 46072 руб., то прибыль от продаж после проведения мероприятий составит 70177,0 тыс. руб., таблица 3.4.

Таблица 3.4- Показатели экономической эффективности от реализации тура «Красоты Ликийской тропы»

№ п/п	Показатели	До мероприятий, тыс. руб.	Реализация тура, тыс. руб.	После реализации тура, тыс. руб.
1	Выручка от продаж	97790,0	27334,0	125124,0
2	Себестоимость продаж	1682,0	7193,0	8875,0
3	Валовая прибыль	96108,0	20141,0	116249,0
4	Управленческие и коммерческие расходы	46072,0	-	46072,0
5	Прибыль от продаж	50036,0	20141,0	70177,0

Таким образом, за счет реализации нового тура «Красоты Ликийской тропы», организация ООО «Компания ТЕЗ ТУР» увеличит объемы продаж на 27,95% и в плановом периоде выручка составит 125124,0 тыс. руб. Валовая прибыль возрастет на 20,95% и составит 116249,0 тыс. руб. Прибыль от продаж сформируется на уровне 70177,0 тыс. руб., а это на 40,25% выше, чем это было до внедрения мероприятий, рисунок 3.14.

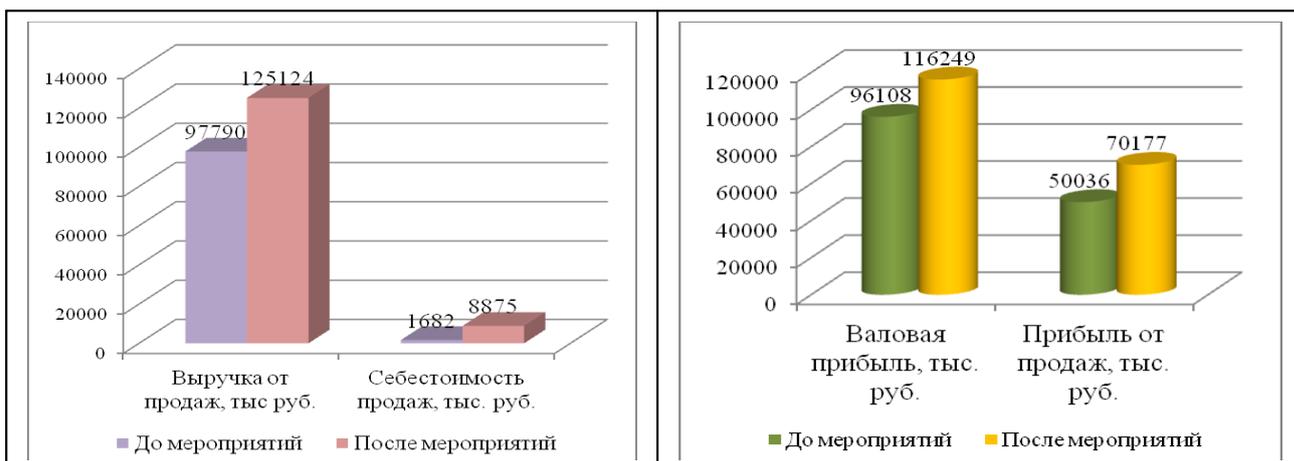


Рисунок 3.14-Показатели выручки и прибыли предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» до и после проведения мероприятий

Одним из важнейших показателей экономической эффективности является рентабельность продаж, которая рассчитывается отношением прибыль от продаж к выручке, в перспективе она составит 56,08%. По отношению к показателю рентабельности до проведения мероприятий, будет обеспечен рост этого показателя на 4,95%, рисунок 3.15.

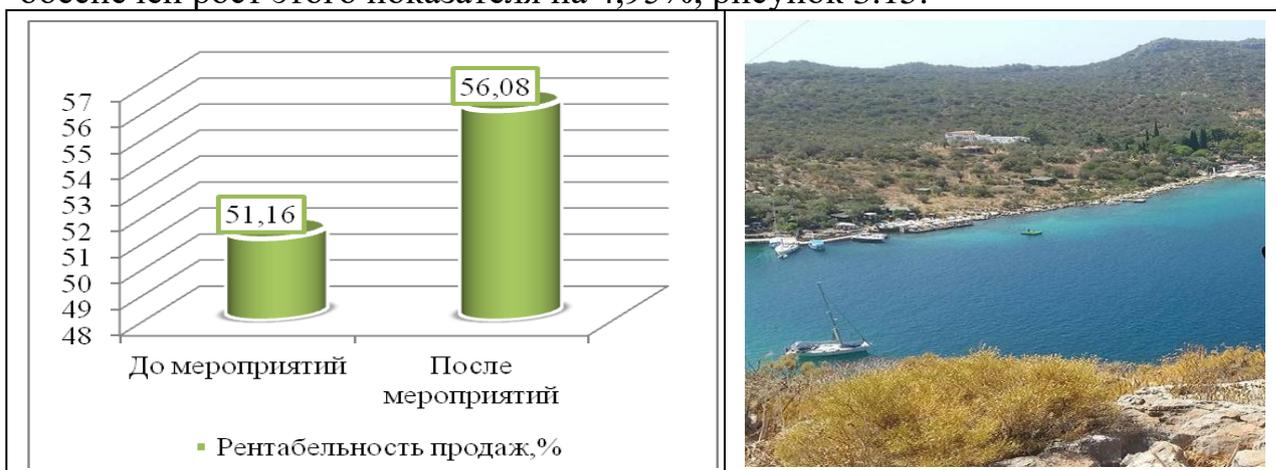


Рисунок 3.15- Показатели рентабельности продаж до и после мероприятий в организации ООО «Компания ТЕЗ ТУР»

Важно отметить, что для организации данного путешествия туристам, также необходимо взять минимальный набор снаряжения, который путешественники оплачивают отдельно, к ним относятся: трекинговые кроссовки или ботинки, трекинговый рюкзак, трекинговые палки, спальник, мягкий коврик, фонарик, вода, пауэрбанк, таблица 3.5.

Таблица 3.5- Минимальный набор снаряжения, который туристы оплачивают самостоятельно (не входит в стоимость тура)

№ п/п	набор снаряжения	характеристика
1	Трекинговые кроссовки или ботинки	На тропе много камней, сохранить ступни невредимыми поможет хорошая обувь
2	Трекинговый рюкзак	У него в отличие от обычного есть крепление на поясе, за счет которого нагрузка распределяется по всей спине. Походные рюкзаки слегка изогнуты - это помогает спине не так сильно намокать от пота. Обычный рюкзак не стоит брать даже в однодневный поход: через несколько часов плечи заболят от нагрузки, а майка станет мокрой.
3	Трекинговые палки	Они облегчают горные подъемы и спуски и снижают вероятность получения травмы. Лучше всего телескопические - обычно они помещаются в походные рюкзаки.
4	Спальник	Палатку для некоторых вариантов похода брать необязательно, а вот спальник может пригодиться любому. Если турист не успел до темноты дойти до ближайшего кемпинга, можно просто расстелить спальник в подходящем месте и лечь спать. Он весит меньше килограмма и в компрессионном мешке занимает мало места. Кроме того, спальник можно использовать и в гостиницах: центрального отопления в Турции нет, и зимой в номерах довольно холодно.
5	Мягкий коврик	Для тех кому жестко спать в палатке и в спальнике, может пригодиться дополнительный мягкий коврик.
6	Фонарик	Для ориентации в темное время суток, лучше всего налобный фонарь.
7	Вода	С водой на тропе могут быть проблемы. Источники есть не везде, а реки летом пересыхают. Без пары бутылок с водой выходить на тропу не стоит.
8	Пауэрбанк	В походе можно обойтись без компаса, но будет тяжело, если разрядится телефон, на который установлены приложения для ориентирования на тропе. Поэтому рекомендуется взять с собой портативные зарядные устройства.

Таким образом, стоимость тура «Красоты Ликийской тропы» продолжительностью 9 дней/8 ночей составляет 79925 руб. (без учета авиабилетов). Представленный расчет показал, что при постоянном спросе на данный тур и при полной загрузке тура (в месяц прогнозируется около 30 человек), компания сможет увеличить выручку на 27,95%, прибыль от продаж на 40,25%; рентабельность продаж возрастет на 4,95%.

Следовательно, проведение данного мероприятия выгодно. Представленный расчет является прогнозируемым, на самом деле показатели могут иметь иные значения, меняться как в большую, так и в меньшую сторону. Это зависит будет от множества факторов, в том числе и от платежеспособности населения, ситуации в мировой экономики и так далее. В любом случае, совершенствование стратегий туристической организации даст положительный эффект, а следовательно целесообразность данного мероприятия, очевидна.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе была рассмотрена тема: Роль туризма в развитии экономики Турции. Международный туризм представляет собой приём интуристов в определённой стране и отправка своих за границу. Международный туризм классифицируется по целям, по возрасту, по мобильности, по длительности, по форме участия, по использованию транспорта и способу передвижения, по сезонности.

На сегодняшний день, международный туризм выполняет важные функции в экономиках стран, так как является частью крупных экспортных хозяйств. По экспорту уступает лишь нефтедобывающей и автомобилестроительной промышленностям. При этом, международный туризм развивается под воздействием ряда факторов, которые можно разделить на две группы: 1) внутренние - непосредственно связаны с функционированием предприятий туристской индустрии; 2) внешние – определяются воздействием внешней среды. К ним относятся: политико-правовые, фактор безопасности путешествий, экономико-финансовые факторы, культурные факторы, социально-демографические факторы и другие.

Турция занимает 6 строчку рейтинга в лучших туристических направлениях по странам, в 2020 году страну посетило 46 млн. туристов. Выше в рейтинге находятся такие страны как: Франция, Испания, США, Китай, Италия. Однако, по рейтингу 2021года -Турция –это самая посещаемая страна российскими туристами.

Турецкая республика занимает стратегически важную позицию на мировой карте, расположившись на стыке Среднего и Ближнего Востока, Балкан и Закавказья. Участие Турции в международных организациях: с 1952 года – член НАТО; с 1995 года – член ВТО; с 1964 года – ассоциированный член Евросоюза.

По оценкам Международного валютного фонда, экономика в Турции является одной из наиболее сильных в своем регионе и относится к разряду быстро развивающихся, даже несмотря на нынешнее состояние рецессии. Выгодное положение на карте мира, многоотраслевая структура, приток иностранных средств и дешевая рабочая сила – все это положительно влияет на экономические показатели, благодаря чему страна значится в перечне развитых государств.

Объектом исследования в работе является туристическая организация ООО «Компания ТЕЗ ТУР», которая работает под брендом Tez Tour. Международный туристический оператор Tez Tour начал деятельность в 1994 году. База компании насчитывает 30 стран, лидирующее место занимает Турция. Сегодня в ассортименте компании такие направления, как: Австрия, Андорра, Беларусь, Болгария, Венгрия, Греция, Грузия, Доминикана, Египет, Израиль, Индонезия, Испания, Италия, Китай, Кипр, Куба, Маврикий, Мальдивы, Мексика, ОАЭ, Португалия, Россия, Сейшелы, Таиланд, Турция, Франция, Чехия, Шри-Ланка.

Компания TEZ TOUR предлагает множество возможностей для потребителя, это и пляжный отдых; отдых на островах, горнолыжные, экскурсионные, тематические, событийные туры; детский отдых; MICE и корпоративное обслуживание; VIP-туры и индивидуальные услуги: эксклюзивные и нестандартные программы, авиабилеты на регулярные и чартерные рейсы, экскурсии и трансферы в любой точке мира, страхование туристов за рубежом, визовая поддержка, Call-центр 24/7. В рейтинге туроператоров России 2021 по цене и надежности компания TEZ TOUR заняла 4 строчку рейтинга.

Представленный анализ экономических показателей предприятия ООО «Компания ТЕЗ ТУР» с 2018- 2020г.г. показал, что компания является финансово зависимой, наибольшая доля в структуре капитала приходится на заемные средства, продажи туров снизились, вслед за этим снижением

произошло уменьшение всех показателей прибыли и рентабельности. По денежным потокам всех видов потоков: текущих, инвестиционных и финансовых операций сальдо отрицательное. Следовательно, данные свидетельствуют о неблагоприятном развитии предприятия.

Однако, SWOT-анализ туристической организации TEZ TOUR показал, что компания имеет не мало сильных сторон и возможностей для развития. По матрице BCG компания TEZ TOUR- занимает хорошее место- дойных коров, в данной матрице, приоритетная цель данного положения компании- «сбор урожая», то есть для туристической организации целесообразно развиваться в данном направлении. Для того, чтобы увеличивать свои конкурентные позиции, по матрице Ансоффа, можно порекомендовать заниматься разработкой нового туристического продукта.

В связи с развитием пандемии, экологический туризм является наиболее приоритетным направлением. Поэтому для совершенствования товарной стратегии компании TEZ TOUR был сформирован новый экологический продукт в Турцию «Красоты Ликийской тропы». Тур рассчитан на 9дней/8ночей с проживанием в палатках и кемпингах. Стоимость тура составляет 79925 руб.

Продвижение тура планируется на рынке электронной коммерции, с помощью туристических маркетплейсов, наиболее известными на сегодняшний день являются: Травелата, ОнлайнТурс, Туту Туры, Слетать.ру, Большая Страна и другие.

За счет реализации нового экологического тура «Красоты Ликийской тропы», организация ООО «Компания ТЕЗ ТУР» увеличит объемы продаж на 27,95%, валовая прибыль возрастет на 20,95%, прибыль от продаж увеличится 40,25%. Данный тур позволит больше привлечь туристов в Республику Турция, а это положительно повлияет на экономические показатели страны. Проведение данных мероприятий, направленных на совершенствование

товарной стратегии и стратегии продвижения туристической организации TEZ TOUR целесообразно и требует незамедлительной реализации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1)Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме: учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 214 с.
- 2)Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности : учебное пособие / Н.А. Агешкина. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 567 с.
- 3)Богданов, Е. И. Экономика отрасли туризма : учебник / Е. И. Богданов, Е. С. Богомолова, В. П. Орловская; под ред. проф. Е. И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 318 с.
- 4)Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций: учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 256 с.
- 5)Боголюбов, В. С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для среднего профессионального образования / В. С. Боголюбов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 293 с.
- 6)Быстров, С. А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой : учебное пособие / С. А. Быстров. – Москва : Форум : ИНФРА-М, 2019. – 400 с.
- 7)Бухгалтерская отчетность ООО «Компания ТЕЗ ТУР» за 2020 год [Электронный ресурс] URL: <https://e-ecolog.ru/buh/2020/7709297570>(дата обращения 19.05.2022);
- 8)Виды туризма: международный туризм[Электронный ресурс] URL:<https://www.tyr74.ru/articles/article81.html>(дата обращения 15.04.2022);

- 9) ВВП Турции в 2021-2022 году [Электронный ресурс]
URL: <https://visasam.ru/emigration/economy/vvp-turcii.html> (дата обращения 22.04.2022);
- 10) Где отдохнуть в Турции: 10 интересных бутик-отелей [Электронный ресурс] URL: <https://www.admagazine.ru/travels/gde-otdohnut-v-turcii-10-interesnyh-butik-otelej> (дата обращения 19.04.2022);
- 11) Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 257 с.
- 12) Докторов А. В. Организация транспортного обслуживания в туризме : учебное пособие / А.В. Докторов, О.Е. Мышкина. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 208 с.
- 13) Долженко, Г. П. История туризма : учебник для вузов / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 227 с.
- 14) Дурович А. П. Организация туризма: учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 295 с.
- 15) Индустрию туризма в Турции ждут перемены после Covid-19 [Электронный ресурс] URL: <https://rusturkey.com/post/208661/industriyu-turizma-v-turcii-zhdut-peremeny-posle-sovid-19> (дата обращения 19.04.2022);
- 16) Иванова М. В. География туризма. Турция. Ближний Восток. Северная Африка. - М.: Юрайт, 2020. - 364 с.
- 17) Курорты Турции: [Электронный ресурс] 20 самых популярных направлений в 2022 году URL: <https://viasun.ru/blog/kurorty-turtsii/> (дата обращения 10.04.2022);
- 18) Как организовать поход по Ликийской тропе в Турции [Электронный ресурс] URL: <https://journal.tinkoff.ru/lycian-way/> (дата обращения 15.05.2022);
- 19) Каткова М. Как изменится отдых в Турции после пандемии (дата публикации 13.05.2020г.) [Электронный ресурс] URL:

<https://travel.rambler.ru/news/44172193-kak-izmenitsya-otdyh-v-turtsii-posle-pandemii/>(дата обращения 23.04.2022);

20)Коронавирус (COVID-19) в Турции[Электронный ресурс]— правила для туристов. URL:<http://jj-tours.ru/articles/Turkey/turkey-covid.html>(дата обращения 18.04.2022);

21)Корпоративный отдых и проекты[Электронный ресурс] URL: <https://www.tez-tour.com/articles.html?categoryName=corporateProjects>(дата обращения 11.05.2022).

22)Лучшие туроператоры 2022года в России-рейтинг по цене и надежности [Электронный ресурс] URL: <https://pan.ru/lajfstajl/top-turoperatorov-2021-goda-rejting-samyx-deshevyyx-i-nadezhnyx-v-rossii/>(дата обращения 20.05.2022);

23)Лучшие бутик-отели в Турции[Электронный ресурс] URL:https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.cacd360e-626ba41c-5da95a42-74722d776562/https://theculturetrip.com/europe/turkey/articles/the-best-boutique-hotels-in-turkey/(дата обращения 22.04.2022);

24)Ликийская тропа. Все (ну или почти все) сведения, необходимые для подготовки похода. [Электронный ресурс] URL: <https://risk.ru/blog/205426>(дата обращения 22.05.2022);

25)Лукьянова Н. С. География туризма: туристские регионы мира и России. Практикум. Учебное пособие. - М.: КноРус, 2021. - 248 с.

26)Международный туризм[Электронный ресурс] URL:<https://gulaytour.ru/category/turizm-mirovoy/>(дата обращения 20.04.2022);

27)Министр по туризму Турции рассказал, что изменится в отелях Анталии после пандемии и как туристам придётся отдыхать по-новому [Электронный ресурс] URL:<https://www.tourprom.ru>(дата обращения 20.04.2022);

28)Особенности и тенденции турецкой экономики URL:<https://zagranportal.ru/turciya/zhizn-turciya/ekonomika-v-turcii.html>

29)Обзор турецкой экономики: [Электронный ресурс]декабрь 2021 г.
URL:https://raspp.ru/business_news/turkey-economy-review-december/ (дата обращения 20.04.2022);

30)Погодина В.Л. География туризма: учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова ; под ред. Е.И. Богданова. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 256 с.

31)Покровский, Н. Е. Туризм: от социальной теории к практике управления : учебное пособие / Н. Е. Покровский, Т. И. Черняева. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Университетская книга ; Логос, 2020. - 424 с.

32)Популярные направления в Турции [Электронный ресурс]
URL:https://www.tripadvisor.ru/Vacation_Packages-g293969-Turkey-Vacations.html(дата обращения 18.04.2022);

33)Ревинский И.А., Романова Л. С. Поведение фирмы на рынке услуг: Туризм и путешествия: Учеб. пособие. Новосибирск, 2018.

34)Романова М.М. Характеристика особенностей индустрии гостеприимства как объекта управления // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. - 2019. - № 5. - с. 88-90.

35)Севастьянов Д. В. Страноведение и международный туризм: учебник для академического бакалавриата / Д. В. Севастьянов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 317 с.

36)Самые посещаемые страны [Электронный ресурс] URL:<https://miraxtravel.com/ru/blog/5-подборки/155-самые-посещаемые-страны>(дата обращения 21.04.2022);

37)Туризм Турции и коронавирус: [Электронный ресурс] как пандемия влияет на туристическую отрасль (дата публикации 07.04.2020г.)
URL:<https://news.myseldon.com/ru/news/index/227246133>(дата обращения 18.04.2022);

38)Турпоток на вырост: Турция замахнулась на 75 млн. туристов [Электронный ресурс] URL:<https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/48757.html>(дата обращения 20.04.2022);

39)Туристское страноведение. Турция. Ближний Восток. Северная Африка : учебник для вузов / Ю. Л. Кужель, М. В. Иванова, Л. А. Полынова, Л. В. Сазонкина ; под научной редакцией Ю. Л. Кужеля. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 363 с.

40)Туризм в России [Электронный ресурс]
URL:https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Туризм_в_России(дата обращения 20.04.2022);

41)Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: материалы XVI Международной научно-практической конференции (Московская обл., г.о. Химки, 5 октября 2021 г.). – М.: Университетская книга, 2021. – 694 с.

42)ТОП-14 сайтов для поиска дешевых туров[Электронный ресурс]
URL:<https://uniticket.ru/blog/top-6-servisov-dlya-poiska-deshevyh-turov-reyting-2021/>(дата обращения 18.05.2022);

43)Факторы развития международного туризма [Электронный ресурс]
]URL:<https://mydocx.ru/12-17394.html>(дата обращения 17.04.2022);

44)Христов Т. Т. География туризма. - М.: Юрайт, 2020. - 302 с.

45)Что будет с e-commerce в 2021, 2022 и 2023? Описываем непростое, но интересное будущее– [Электронный ресурс] URL:
<https://oborot.ru/articles/chto-budet-s-ecommerce-v-2021-2022-i-2023-i127977.html>(дата обращения 20.05.2022);

46)Швец И.Ю. Региональное управление конкурентоспособностью туристических услуг: методология и практика. - Симферополь: ЧП Предприятие Феникс, 2018. -364 с.

47)Шпилько С.П. Классификация видов туризма: от теории к практике / Вестник Национальной академии туризма. 2019. № 1. С. 9-15.

48)Экономика Турции [Электронный ресурс]
URL:https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Экономика_Турции(дата обращения 18.04.2022);

49) Экскурсионный отдых и круизы [Электронный ресурс] URL:
<https://www.tez-tour.com/restType.html?id=21> (дата обращения 21.05.2022);

ПРИЛОЖЕНИЯ