

1. Подумай



Какая сфера жизни тебе интересна?

Какую проблему в этой области ты хотел бы попробовать решить?

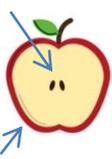
С кем из взрослых ты хотел бы совместно работать?

Какой учебный предмет тебе нравится?

2. Найди

объект

тема



предмет

3. Сформулируй проблему

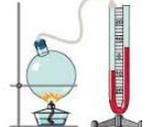


4. Определи цель и задачи

Цель=предполагаемый результат
(чего я хочу достичь?)

Задачи как последовательность шагов к достижению результатов

5. Выбери методы, которые будешь использовать

Задача	Методы
1. Теоретическое обоснование своего исследования	- анализ научной литературы, данных исследований ученых (книги, научные журналы, интернет)  
2. Сбор практического материала	- опрос (анкета, тест, беседа ...) - опыт (эксперимент, наблюдение)  
3. Анализ практического материала, проверка гипотезы	- математическая обработка данных - сравнение, построение взаимосвязей  

6. Оформи работу в соответствии с требованиями

Титульный лист	Оглавление	Введение, актуальность, цель, задачи, объект, предмет, гипотеза	Основная часть. Теоретическая. Мысли других по твоей теме.	Основная часть. Практическая. Твои исследование по теме.	Заключения, выводы о подтверждении или опровержении гипотезы.	Библиографический список 10 – 15
--------------------------------	----------------------------	---	--	--	---	---

6. Защити работу



7. План публичной защиты проекта



- ✓ Тема проекта
- ✓ Цель проекта
- ✓ Задачи, гипотезы
- ✓ Методы и средства
- ✓ Актуальность проекта
- ✓ Этапы работы
- ✓ Получение результаты
- ✓ Выводы

8. Полезные ссылки:



Муниципальное общеобразовательное учреждение

«Средняя школа № 59»

**Индивидуальный проект:
«Портрет России в сообществах
населения других стран мира»**

Выполнила:

Ильина Ирина Ильинична,
ученица 9 «А» класса

Руководитель проекта:

Семенов Семен Семенович,
учитель географии

г. Ярославль

2020

Содержание

Введение.....	с. 3
Глава 1. Туризм в России	с. 5
1.1. Современный туризм как социально-экономическое явление.....	с. 5
1.2. Эффект синергии.....	с. 5
1.3. Визовый барьер и нехватка инфраструктуры.....	с. 6
1.4. Нам нужен свой туристский бренд.....	с. 6
Глава 2. Туризм как инструмент влияния и мягкая сила	с. 8
2.1. Социальные преимущества туризма в России.....	с. 8
2.2. Экологические преимущества туризма в России.....	с. 8
2.3. Возможности развития туризма в России.....	с. 9
Практическая часть.....	с. 10
Заключение.....	с. 11
Информационные источники.....	с. 14
Приложения.....	с. 15

Введение

Туризм — временные выезды (путешествия) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жительства, на срок от 24 часов до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночёвки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

Актуальность моего исследования заключается в том, что туристическая отрасль - такой же бизнес, как многие другие. И проблемы современного туризма в России решаются правильным позиционированием, которое играет здесь одну из ведущих ролей. Но как раз по этой части в нашей стране большие сложности.

Личная заинтересованность данной темой заключается еще и в том, что эта она связана с выбором моей будущей профессией. В течение последних трех лет занимаюсь спортивным туризмом на базе старейшего ярославского туристического клуба «Одиссей», посетила различные уголки России (Карелия, Тверская область, Ярославская область). Мое увлечение привело меня к выбору профессионального образования. Я планирую поступать на факультет туризма Университетского колледжа ЯрГУ им. П.Г. Демидова, с последующим получением высшего образования по данной профессии и стать настоящим специалистом, который сможет внести свой вклад в развитие въездного туризма в нашей стране на высоком уровне.

Цель проекта: выявление знаний и представлений о России молодых людей Южной Кореи и Великобритании с целью развития актуальных туристических направлений.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи проекта:**

1. Определить преобладающую возрастную группу туристов из Южной Кореи и Великобритании, посещающих Россию;
2. Разработать и адаптировать опросник для выявления знаний и представлений иностранцев о России;

3. Провести опрос представителей населения разных возрастных групп Южной Кореи и Великобритании;
4. Обработать, систематизировать и представить данные опроса;
5. Выявить проблемы и сформулировать выводы по опросу;
6. Использовать данную работу в качестве дополнительного материала к внеурочным занятиям по географии и английскому языку.

В ходе работы применялись следующие **методы исследования**: интервьюирование, анализ, изучение, обобщение, систематизация.

Глава 1. Туризм в России

Мир становится глобальным. Граждане разных стран все больше путешествуют. Поэтому туризм является одной из самых растущих сфер деятельности. В рейтинге мировых экспортных отраслей он занимает уже третье место. Индустрия формирует около 7% в доходах государств. В отличие от других стран, Россия пока зарабатывает в этой сфере крайне мало.

1.1. Современный туризм как социально-экономическое явление:

Туризм входит в число ведущих отраслей мирового хозяйственного комплекса (по экономическим показателям он занимает второе место после нефтеперерабатывающей отрасли, а по числу рабочих мест он прочно удерживает первую позицию. Ежедневно более 20 млн человек на нашей планете идут на работу в туристские организации.) по своей сути является индустрией, сферой занятости; существует в виде туристского продукта и услуг, которые не могут накапливаться и транспортироваться (на туризм приходится примерно 10% всех потребительских расходов).

1.2. Эффект синергии

Синергия в экономике, синергический эффект — увеличение эффективности деятельности в результате сочетания, соединения, интеграции, слияния отдельных частей в единую систему, благодаря эмерджентности (возникновение новых качеств) полученной системы.

При этом туризм обладает мощным синергетическим эффектом. Рост турпотока обеспечивает увеличение доходов 53 отраслей экономики, принимающих участие в создании туристического продукта. В итоге увеличивается занятость, вовлекаются малые и средние компании, улучшаются условия жизни на местах, сглаживаются диспропорции между регионами. Как правило, иностранные туристы не уезжают дальше Москвы и северной столицы. В лучшем случае путешествуют по Золотому кольцу. Остальные территории массового зарубежного гостя не видят. Поэтому

ближайшая цель - сделать привлекательными другие регионы страны. Но этому мешают некоторые проблемы.

1.3. Визовый барьер и нехватка инфраструктуры

Турпоток в Россию с каждым годом растет. Мотивация появилась пару лет назад - тогда рубль подешевел вдвое по отношению ко многим мировым валютам. Но резкого скачка интереса все равно нет.

Одна из главных проблем - визовый барьер. По отзывам иностранных туристов, получить визу в Россию крайне долго, сложно и дорого. Если убрать этот барьер или хотя бы упростить порядок получения туристической визы, это сделает нашу страну более привлекательной для приезжающих.

С отсутствием позитивного туристического имиджа страны тесно связана другая проблема — проблема безопасности. Путешествия в Россию окутаны таким количеством мифов, что ни иностранцы, ни порой сами россияне не уверены, что путешествовать по нашей стране безопасно.

Еще одна проблема - нехватка инфраструктуры. В частности, комфортабельных гостиниц в крупных российских городах. В двух столицах с этим более-менее проще. А в региональных центрах с этим могут быть сложности. Некоторые гостиницы там не ремонтировались с советских времен.

«Туризм в России недостаточно проинвестирован. Если посмотреть на глобальную картину, то мы знаем немало стран, где доля вклада туризма в ВВП достигает примерно 10%. Россия стоит ниже этого уровня» - говорит Клаус Мангольд, председатель наблюдательного совета туроператора TUI.

1.4. Нам нужен свой туристский бренд

Дело в том, что Россия входит в десятку самых популярных туристических направлений по версии Всемирной туристской организации, но является единственной страной из этой десятки, у которой не было бренда для продвижения туризма.

А с чем ассоциируется у иностранцев Россия? Это, как всем вам известно, три фразы: "на здоровье", "калинка-малинка" и КГБ. И это при том, что большинство (в соответствии с исследованием GFK Omnibus, 71%) относится положительно к товарам, с маркировкой "Сделано в России". Возрождение сильного бренда "Россия" возможно посредством построения успешных коммерческих брендов. И это общемировая практика, за счет которой достигается синергия успеха: разумные стратегии развития национальных брендов используют авторитет территории при построении коммерческих брендов, а бренды-лидеры "возвращают долг", укрепляя авторитет страны. При этом, Россия входит в рейтинг 10 самых посещаемых стран мира (по данным World Tourist Organization) и этот потенциал нельзя не использовать.

«Продвижение российского туризма внутри страны и за рубежом невозможно без наличия туристского бренда страны. Из 195 стран в мире у 146 стран туристские бренды имеются. К сожалению, наша страна входит в это небольшое количество стран, у которых туристского бренда нет» - говорит Олег Сафонов. «Мы считаем, наличие турбренда, разработка его даст серьезный стимул для продвижения, позиционирования, популяризации внутреннего и въездного туризма в нашей стране»

С учетом нашей огромной территории в будущем доходы от индустрии гостеприимства могут перекрыть даже доходы от продажи нефти, считают некоторые эксперты. К примеру, таких красот, как в Сибири и на Дальнем Востоке, нет нигде в мире.

Глава 2. Туризм как инструмент влияния, мягкая сила

«Туризм – это не просто важный сектор экономики, но еще и инструмент влияния, мягкая сила»

Кристиан Мантеи, генеральный директор
Atout France

Международный туризм, для многих стран превратился в существенный источник увеличения доходов и роста национальной экономики. Такие высокоразвитые страны, как Швейцария, Австрия, Франция, значительную долю своего благосостояния построили на доходах от туризма.

Международный туризм стал важным источником валютных поступлений для многих развитых и развивающихся стран.

2.1. Социальные преимущества туризма в России

В дополнение к доходам, есть также фантастические культурные преимущества для туризма. Это может быть источником гордости для местных общин и позволяет им смотреть на свою историю, культурное наследие и развивать свою собственную общинную идентичность. Это помогает местным жителям сохранять свои традиции и культуру, а также демонстрировать их для всех посетителей. Преимущество туризма является тем, что спасло многие местные объекты наследия от разрушения, в дополнение к предоставлению туристам прекрасного понимания местного образа жизни. Туризм может помочь сохранить историю региона, который может быть подвержен риску потери.

2.2. Экологические преимущества туризма в России

Многие операторы туризма дифференцируются от своих коллег, предлагая туры и пакеты с экологическим поворотом и поддерживая сохранение местной территории. Это помогает как окружающей среде в

борьбе с притоком туристов, но также помогает создать прочную репутацию оператора туризма. Так как путешественник, не забывает уважать места, которые он посещает, и всегда оставляет их, в чистоте. Один из лучших способов практиковать это – туры с фотоаппаратом, так что турист сможет оставить все воспоминания о себе.

2.3. Возможности развития туризма в России

Привлечение туристов в сообщество дает им новую жизнь и создает возможности для предпринимателей создавать новые услуги и продукты или объекты, которые не были бы устойчивыми, основываясь только на местном населении. Туристы – все потенциальные клиенты, и при правильном подходе можно ориентироваться на стратегию бизнеса, которая позволяет достичь фантастического успеха.

Нет сомнений, что туризм является фантастическим для местного сообщества. Ключ, который нужно помнить, когда вы путешествуете, это быть устойчивым туристом, всегда действовать в поддержку культурного разнообразия места, которое вы посещаете, и следить за тем, чтобы вы принимали участие в мероприятиях, которые приносят пользу местному сообществу. Никогда не делайте ничего, что ухудшает окружающую среду, а поддержите местные и общественные учреждения, которые составляют основу местной индустрии туризма.

Практическая часть

Для реализации поставленных задач и достижения цели проекта в соц. сетях был проведен опрос представителей Великобритании и Южной Кореи разных возрастных групп. Опрос проводился на основе разработанного автором проекта и адаптированного для жителей указанных стран опросника (приложение 1) Цель – выявление знаний и представлений иностранцев о России. На основе опроса были определены основные стереотипы, сложившиеся у населения Великобритании и Южной Кореи и их причины (приложение 2) Опрос был проведен в приложении «Hello Pal».

Проанализировав полученные данные, можно сделать вывод что, несмотря на устоявшиеся стереотипы, наша страна все же является привлекательной для туристов, а население России вызывает у иностранцев неподдельный интерес. Так же, в последнее время все чаще нашу страну посещают иностранные туристы из Азии.

Заключение

Туристский бизнес - это производственная деятельность, результатом которой является совокупность товаров разного вида (длительного и краткосрочного пользования) и услуг (транспорт, размещение, питание, развлечения и т.д.), которые представляются временным посетителям стран, регионов, городов, курортов, достопримечательных мест.

Туризм постоянно развивается несмотря на различные препятствия политического, экономического и социального характера. Туристский бизнес во многих случаях является инициатором и экспериментатором в освоении и внедрении современных передовых технологий, непрерывно изменяет формы и способы предложения и предоставления услуг, открывает и осваивает новые возможности.

На развитие туризма влияют технологические уклады экономики, социальное и культурное состояние общества, новые знания, приобретаемые людьми. В наше время туризм превратился в ведущую экономическую отрасль, он прямо или косвенно связан со многими отраслями производства. И не только связан, но и активно влияет на их развитие, причем это влияние приносит экономическую выгоду, намного превышающую прямые доходы от туризма.

Туризм является и социальным явлением, поскольку отражает улучшение качества жизни людей, их стремление к познанию исторического и культурного наследия стран и народов, сохранению окружающей среды. В туризме ежедневно внедряются инновации самого разнообразного толка под влиянием как научно-технического прогресса, так и интеллектуального развития человечества.

Инновации в сфере туризма иногда возникают совершенно неожиданно и даже непредсказуемо под влиянием событий в обществе. Поэтому изучение инновационных процессов, причин появления новшеств, разработка методов их внедрения представляет значительный и практический научный интерес.

Выводы: Что мешает развиваться въездному туризму в России?

1. Нет яркого бренда. Есть некое расплывчатое представление о стране: баня, водка, гармонь, контртеррористические операции, медведи на улицах. В Европе Россия ассоциируется с отдельно взятыми "объектами", которые сформировались еще в царские времена и в эпоху Советского Союза: Санкт-Петербург, Москва, Золотое кольцо, Транссиб, Байкал и Камчатка. Вся остальная Россия - белое пятно. А раз нет запоминающегося бренда, то нет и маркетинга.
2. Нет чёткой государственной политики в сфере туризма. Ни в одном из направлений туризма мы не являемся признанными лидерами или уникальными представителями. Везде нас опережают те страны, где есть четкая госполитика в этой сфере.
3. В России дорого отдыхать. Экскурсионный, активный, оздоровительный туризм обойдется дороже, чем в тех странах, которые являются лидерами в этих направлениях и предлагают более качественный продукт.
4. Высокие тарифы на авиаперелеты в Россию и внутри страны.
5. Сложности с оформлением виз, пропусков и прочие формальности. Особенно это касается территорий регламентированного пребывания иностранцев.
6. Наши туристические компании составляют непонятные программы пребывания, поздно публикуют даты, российские операторы не могут работать на полтора-два года вперед, что мешает иностранным фирмам, которые делают планирование на три года.
7. Неуверенность в безопасности. Британским гражданам не оформляют страховки, если они едут на Эльбрус. Им предлагают отправляться в !!!!! на свой страх и риск. Однако подобные стереотипы бьют не только по имиджу Северного Кавказа, но и по имиджу всей страны. И никто не работает над тем, чтобы их развеять.
8. Низкий профессионализм персонала: от менеджеров до гидов. Наши компании не понимают, что евреям нужна кошерная пища, а французы всегда просят поставить минеральную воду к ужину.

9. У нас очень большая страна. И это единственная объективная причина. Иностранцы не понимают, что посмотреть в Якутии Оймякон, Тикси, Музей мамонта и в Мирном кимберлитовую трубку невозможно за пять дней, потому что расстояние между ними измеряются тысячами километров. Сложно в рамках одного тура посетить несколько регионов из-за их отдаленности.
10. Отношение к туристам. До сих пор в некоторых регионах слово "турист" носит негативный, иронический подтекст.

Информационные источники

1. Ведомости [Электронный ресурс] - <https://vedomosti.profkiosk.ru/article.aspx?aid=567691>
2. Википедия [Электронный ресурс] - <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC>
3. Значение туризма в жизни современного общества [Электронный ресурс] - <https://cribs.me/turizm/znachenie-turizma-v-zhizni-sovremennogo>
4. Как развивать туризм в России: Бизнес: газета РБК: [Электронный ресурс] - <https://www.rbc.ru/newspaper/2016/03/30/56fa53ee9a79476d164d324f>
5. Комсомольская правда [Электронный ресурс] <https://www.yar.kp.ru/daily/26687/3712203/>
6. Луканина А. Зачем России нужен национальный бренд [Электронный ресурс] - <http://www.sostav.ru/publication/zachem-rossii-nuzhen-natsionalnyj-brend-27572.htm>
7. Почему так важен туризм? Экономическое развитие [Электронный ресурс] - <http://www.alltravels.com.ua/2017/03/21/turizm-2/>
8. Проблемы туризма в России [Электронный ресурс]- <http://fb.ru/article/326417/problemyi-turizma-v-rossii>
9. Развитие туризма в России [Электронный ресурс] - <http://tourfaq.net/travel-business/geografiya-turizma/razvitie-turizma-v-rossii>
10. ТУРПРОМ. Туристический портал: новости туризма [Электронный ресурс] - <https://www.tourprom.ru/interview/161>
11. 10 причин, мешающих развитию туризма в России [Электронный ресурс] - <http://blogosetia.ru/487-tourism-in-russia.html>

Приложения

Приложение 1

Опросник:

На русском

- 1.1. Какой Вы представляете себе Россию?
- 1.2. Какие ассоциации возникают у вас, когда вы слышите слово Россия?
- 2.1. Каким вы представляете современного россиянина?
- 2.2. Хотели бы лучше узнать русских людей?
- 2.3. Какие черты русского человека наиболее интересны для вас?
3. Что вы знаете и думаете о русской культуре?
- 4.1. Посещали ли вы Россию? Каков уровень жизни в России на Ваш взгляд?
- 4.2. Хотели бы вы посетить Россию в будущем и с какой целью?

На английском

- 1.1. How do you imagine Russia?
- 1.2. What associations do you have, when you hear the word Russia?
- 2.1. How do you see the modern Russians?
- 2.2. Would you like to know better the Russian people?
- 2.3. What features of the Russians are the most interesting for you?
3. What do you know and think about Russian culture?
- 4.1. Have you ever visited Russia? What is the level of life in Russia in Your opinion?
- 4.2. Would you like to visit Russia in the future and for what purpose?

Результаты опроса

1.1. Какой Вы представляете себе Россию?

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • Большая, красивая круглый год зима 64% • Типичная Европа 21% • Многонациональная страна 10% • Ничего не знаю о России 5% 	<ul style="list-style-type: none"> • Холодная, большая и красивая страна 55% • Страна со сложной политической ситуацией 27% • Агрессивная и не дружелюбная для туристов 14% • Спокойная и дружелюбная для туристов 4%

1.2. Какие ассоциации возникают у Вас, когда Вы слышите слово Россия?

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • Красивые девушки, славяне 24% • Водка 24% • Бурые медведи 20% • Отношения с северной Кореей 14% • Путин, Москва 10% • Отношения с Америкой 5% • Ужасно холодная зима круглый год (кроме Москвы и Санкт-Петербурга) 3% 	<ul style="list-style-type: none"> • Красивые девушки 19% • Водка 19% • Бурые медведи 14% • Отношения с Америкой 12% • Холод, суровость, снег 9% • Путин, Москва 9% • Насилие, Милитаризм, Популизм 6% • Атомная энергетика 5% • Балет, Русские танцы 5% • Ленин, СССР 2%

2.1. Каким Вы представляете себе современного россиянина?

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • Типичные европейцы 44% • Хорошие, приветливые, веселые 26% • Хмурые, закрытые для 	<ul style="list-style-type: none"> • Такие же, как и европейцы 58% • Менее открытые, чем молодежь в других странах 23% • Жестокие, дерзкие, гордые 10%

общения 17% <ul style="list-style-type: none"> • Консервативные, отстающие от нынешних тенденций 9% • Затрудняюсь ответить 4% 	<ul style="list-style-type: none"> • Веселые и совершенно обычные 9%
---	---

2.2. Хотели бы Вы лучше узнать русских людей?

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • Да, мне было бы интересно узнать больше 37% • У меня есть русские друзья в онлайн играх 31% • Нет, меня не интересуют русские 19% • У меня есть русские друзья по переписке 13% 	<ul style="list-style-type: none"> • У меня есть русские друзья в онлайн играх 38% • У меня есть русские друзья по переписке 31% • Да, мне было бы интересно узнать больше 23% • Нет, меня не интересуют русские 8%

2.3. Какие черты русского человека наиболее интересны для Вас?

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • Красивая внешность 28% • Культура 25% • Еда 21% • Творческие личности 13% • Затрудняюсь ответить 13% 	<ul style="list-style-type: none"> • Еда 28% • Культура 22% • Красивая внешность 18% • Суровость, независимость 14% • Их языковые особенности 7% • Специфичный менталитет 6% • Затрудняюсь ответить 5%

3. Что Вы знаете и думаете о русской культуре?

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • Я не знаю ничего о культуре России 25% • Я плохо осведомлен о культуре, но хотел бы узнать больше 23% • Литература, опера, балет 15% • Празднование Рождества в другой день 15% • Преобладает жирная и соленая еда 12% • Водка и Борщ 10% 	<ul style="list-style-type: none"> • Красивая Архитектура 26% • Я плохо осведомлен о культуре, но хотел бы узнать больше 23% • Большая часть России – православные 18% • Плохо относятся к представителям ЛГБТ 13% • Социально холодная 13% • Я не знаю ничего о культуре России 4% • Отличается из-за разных национальностей 3%

4.1. Посещали ли Вы Россию? Каков уровень жизни в России на Ваш взгляд?

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • НЕ посещал, затрудняюсь ответить 37% • НЕ посещал, думаю уровень выше среднего 35% • НЕ посещал, думаю уровень ниже среднего 28% 	<ul style="list-style-type: none"> • НЕ посещал, думаю уровень ниже среднего 49% • НЕ посещал, как и в остальной Европе 28% • НЕ посещал, затрудняюсь ответить 23%

4.2. Хотели бы Вы посетить Россию в будущем и с какой целью?

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • Да, встретиться со своими друзьями (онлайн игры, друзья из приложения*) 39% • Да, я хотел, бы посмотреть на известные достопримечательности (туризм) 27% • Да, но боюсь туда ехать из-за показываемого в новостях 17% • Да, но из-за погодных условий в России я сомневаюсь 16% • Нет, меня не интересует Россия 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Да, я хотел бы посмотреть на известные достопримечательности (туризм) 33% • Да, встретиться со своими друзьями (онлайн игры, друзья из приложения*) 22% • Да, но боюсь из-за показываемого в новостях 16% • Да, я хотел бы посмотреть, как Россия выглядит на самом деле 15% • Да, но из-за погодных условий в России я сомневаюсь 14%

5. Общее отношение к России

Южная Корея	Великобритания
<ul style="list-style-type: none"> • Положительное 69% • Нейтральное 30% • Отрицательное 1% 	<ul style="list-style-type: none"> • Нейтральное 51% • Положительное 32% • Отрицательное 17%