

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.