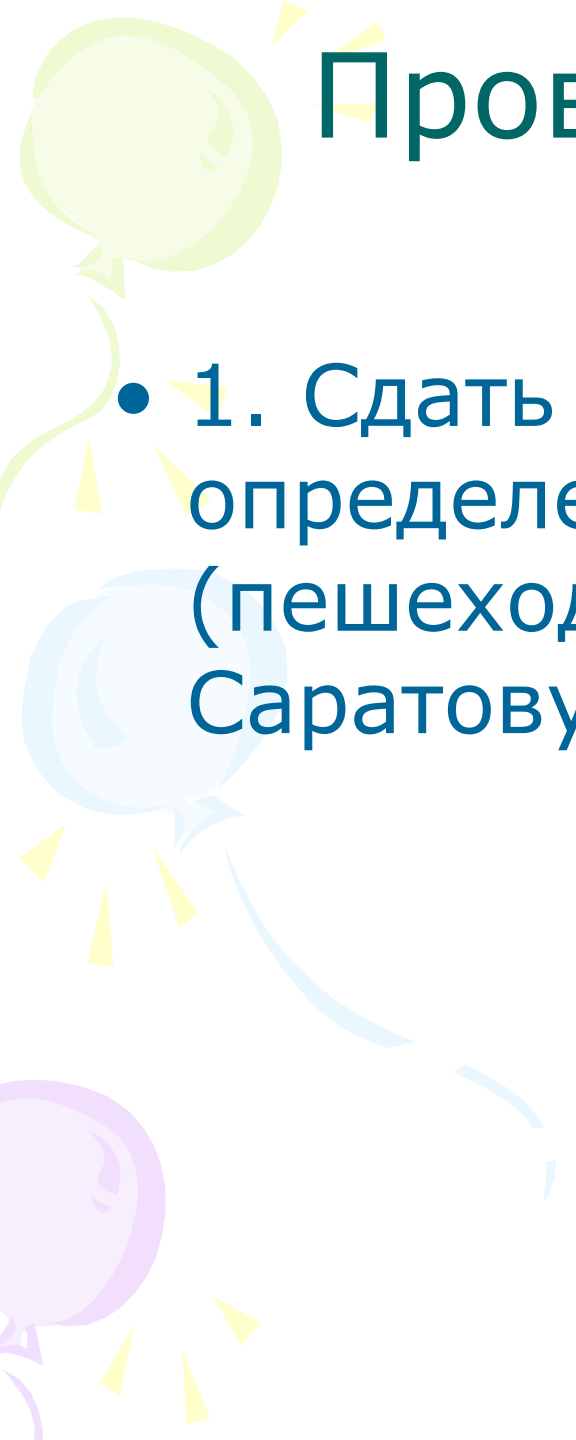




Исследование популярных способов и мест проведения отдыха



Программа
«Паспорт в
мир»



Проверка домашнего задания

- 1. Сдать инструкцию для определенной группы туристов (пешеходный маршрут по Саратову).



Ответить на вопросы

1. Назвать причины, по которым туризм приобрел массовый характер
2. Положительные и отрицательные последствия развития туризма
3. Что такое устойчивое развитие туризма?
4. Стандартизация и ее влияние на развитие туризма
5. В чем заключается баланс между стандартизацией и уникальностью
6. Неблагоприятные экологические последствия массового туризма
7. Факторы, влияющие на популярность туристических направлений
8. Типичные методы привлечения посетителей на туристические направления

Задание: назовите наиболее и наименее предпочтительный способ отдыха жителей каждой из стран




Германия
Финляндия
Франция
Греция
Англия
Италия
Польша
Россия
США

Способ отдыха:

- Осмотр достопримечательностей (музеи, историч. сооружения...)
- Пешие прогулки
- Спорт (катание на велосипеде, плавание ...)
- Солнечные ванны
- Походы по магазинам
- Чтение
- Посещение ресторанов
- Посещение пабов, клубов, винных баров
- Развлекательные мероприятия (концерты, спорт. состязания...)
- Дегустация вин



Сравни свои предположения с исследованиями специалистов:

Предпочитаемый способ отдыха (%)	Осмотр достопримечательностей (музеи, историч. сооружения...)	Пешие прогулки	Спорт (катание на велосипеде, плавание...)	Солнечные ванны	Походы по магазинам	Чтение	Посещение ресторанов	Посещение пабов, клубов, винных баров	Развлекательные мероприятия (концерты, спорт. состязания...)	Дегустация вин
Германия	27	41	30	48	17	12	36	11	4	8
Финляндия	19	9	55	19	6	6	2	0	2	1
Франция	31	59	23	27	11	10	20	10	3	5
Греция	19	15	71	7	3	16	3	13	0	1
Англия	39	25	28	21	8	10	18	9	4	4
Италия	24	34	30	22	2	25	2	8	2	0
Польша	21	49	30	33	8	17	5	14	6	2
Россия	15	25	12	34	16	26	5	13	10	3
США 	46	7	40	11	14	11	16	4	7	1



Где, по-вашему, жители перечисленных стран предпочитают отдыхать?

СТРАНА

Германия
Финляндия
Франция
Греция
Англия
Италия
Польша
Россия
США



Предпочитаемое место отдыха

- Пляж, побережье
- Дом
- Горы
- Сельская местность
- Посещение другого города
- Озера
- Круиз
- Путешествие на автомобиле, автобусе, поезде, велосипеде и т. д.



Проверьте свои предположения:

Предпочитаемое место отдыха (%)	Плж, побережье	Дом	Горы	Сельская местность	Посещение другого города	Озера	Круиз	Путешествие на автомобиле, автобусе, поезде, велосипеде и т.д.
Германия	52	18	14	4	2	6	1	2
Финляндия	21	11	3	17	5	40	3	1
Франция	42	10	18	10	1	3	10	6
Греция	84	5	6	2	1	0	0	1
Англия	45	7	5	11	7	4	9	11
Италия	60	8	16	3	2	1	4	5
Польша	40	25	13	10	0	10	1	1
Россия	18	42	1	22	7	5	2	2
США	29	16	11	4	13	8	10	8



Подводим итоги

- Исследование наиболее популярных туристских направлений и предпочтений потребителей туристских услуг из 20-ти стран мира было предпринято группой GfK и Европейским отделением журнала «The Wall Street Journal».
- **Греки, финны и австрийцы** предпочитают виды отдыха, связанные со спортом. Для **американцев** отдых ассоциируется с посещением достопримечательностей, а идеальный отдых для **немцев** - лежание на солнышке или дегустация блюд в местных ресторанах.
- *Результаты опроса свидетельствуют о существенном влиянии, которое оказывают на выбор вида отдыха страна постоянного проживания и менталитет:*
- Среди любителей спорта на отдыхе лидируют **греки** - 75% отдыхающих данной национальности занимаются каким-либо видом спорта. Лучшим способом отдыха считают спорт 50% **финнов, австрийцев и шведов**.
- Загар в особенности любим **немцами** - 50 % отзывов свидетельствуют о его высоком рейтинге среди жителей Германии. 41 % немцев любят во время отпуска гулять, а 36% — посещать хорошие рестораны. И только 31 % опрошенных назвали занятия спортом достойным способом отдыха.





Подводим итоги

- Большинство **американцев** избегают пребывания на солнце – только один из 10 опрошиваемых назвал загар наиболее предпочтительным видом отдыха. Американцы относятся к категории отдыхающих, активно занимающихся осмотром достопримечательностей и участвующих во всевозможных экскурсиях. 46% опрошиваемых отметили, что посещение музеев, исторических зданий, сооружений и других интересных объектов – лучший способ провести отпуск.
- В этом они схожи с **греками, финнами и австрийцами**. В качестве предпочитаемого способа организации свободного времени спорт назвали 4 из 10 американцев.





Подводим итоги



- **Низкий доход - отпуск дома**

Соотношение между выбором вида отдыха и доходом опрошиваемых респондентов показало, что 39% опрошенных из Западной Европы с низким доходом в ближайшие 12 месяцев не планируют отдых в отпускное время. В Центральной и Восточной Европе это относится к 68% опрошенных. Респонденты с более высоким уровнем доходов, соответственно, могут тратить больше средств на отдых. Многие люди планируют и проводят отпуск в рамках ограниченного бюджета.

Примеры взаимосвязи между способом проведения отпуска и уровнем дохода. Около 25% жителей Германии с высоким доходом в ближайшие 12 месяцев планируют провести отпуск в Испании, на Канарских островах или Ибице. Жители Германии с более низким уровнем дохода не собираются в зарубежные путешествия во время отпуска в тот же период, отдавая предпочтение туристским направлениям в пределах своей страны.

- В среднем 90% респондентов не уверены, что политика присоединения стран Восточной Европы к Европейскому Союзу может повлиять на их продвижение в качестве туристических направлений.





Подводим итоги

- **Наиболее перспективными и популярными направлениями** для отдыха среди новых членов Европейского Союза европейцы считают **Мальту и Кипр**. Около одной трети опрошенных предпочли бы поехать отдыхать на Кипр, а 25% - проявляют интерес к Мальте.
- Один из четырех респондентов в Германии выбрал Мальту в качестве места для отдыха; следом идёт Венгрия (22% опрошенных).
- Опрашиваемые американцы ответили, что если бы им представился шанс посетить одну из Восточно-европейских стран, они бы выбрали **Польшу** (21%) и **Чешскую Республику** (13%).



Анкета



В этом году я путешествовал (а):

1. С классом в _____
как долго _____
с какой целью _____.
2. С семьей в _____
как долго _____
с какой целью _____
3. Внутри страны – в _____
как долго _____
с какой целью _____
4. За рубеж – в _____
как долго _____
с какой целью _____
5. Я был(а) в однодневной поездке (без ночевки) в _____
с какой целью _____
6. В этом году я никуда не ездил(а)
7. Что вам больше всего понравилось в местах, которые вы посетили?
(Выберите три позиции, пронумеровав их в порядке наибольшего предпочтения, начиная с 1).

Погода, Развлечения, Еда, Условия проживания, Цены, Природа, Занятия спортом, Загар, Люди, которых приходилось встречать, Качество транспортного обслуживания, Исторические /Культурные достопримечательности

8. Что вам не понравилось во время путешествия?
(Выберите три позиции, пронумеровав их в порядке наименьшего предпочтения, начиная с 1).

A decorative graphic on the left side of the slide features three balloons: a light green one at the top, a light blue one in the middle, and a light purple one at the bottom. Each balloon has a thin string and several small yellow triangular shapes radiating from it, suggesting movement or light. The balloons are positioned on the left side of the slide, with the green one at the top left, the blue one in the middle left, and the purple one at the bottom left.

Задание

- Написать статью или эссе с описанием места, где вы живете.

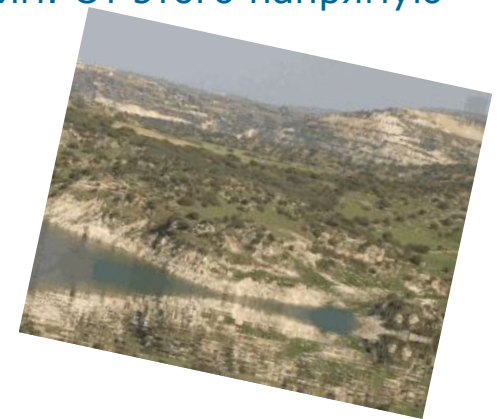
Тема: Маркетинг и продвижение туристских направлений

Продвижение и реклама

1. Составьте список направлений, продвигаемых в данных рекламных объявлениях.
2. Составьте список упомянутых в рекламных объявлениях занятий и развлечений.
3. Проанализируйте список и распределите информацию на несколько категорий: например: отпуск, отдых в выходные дни, семейный отдых, познавательные и специализированные туры (научный, учебный, спортивный, событийный, лечебно-оздоровительный туризм и др.). Составьте график или диаграмму для демонстрации того, как вы классифицировали различные виды занятий и способы отдыха, отмеченные в рекламе.
4. Выделите основную идею каждого объявления. Определите целевые рынки, которым адресованы предложения. Оцените их эффективность.
5. Какие виды отдыха, по вашему, мнению, могли бы удовлетворить следующие группы потребителей туристских услуг:
 - любитель «солнечных ванн», отпуск которого пришёлся на зимнее время;
 - любитель комфорта и вкусной еды;
 - любитель пеших прогулок, жаждущий новых ощущений;
 - семья из пяти человек, с детьми в возрасте от пяти до шестнадцати лет.
6. От лица указанных в задании № 5 потребителей составьте письменные запросы относительно организации туров в выбранные вами направления и включите в них свои основные пожелания.
7. Какие предложения размещены в каждом из рекламных объявлений? Какие образы использованы? Какие аспекты путешествий и пребывания в местах туристских посещений никогда не отображаются в рекламных объявлениях и брошюрах?
8. Рекламные слоганы могут быть очень эффективным инструментом рекламы. Составьте перечень рекламных слоганов (не обязательно относящихся к туризму), которые вам особенно понравились и запомнились. Придумайте запоминающийся слоган для брошюры, продвигающей Саратов в качестве туристского направления.

ОЦЕНКА ТУРИСТСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ПО МАТЕРИАЛАМ ПРЕСС-РЕЛИЗА ЖУРНАЛА "NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELER», МАРТ 2004 - «ОЦЕНКА 115 ТУРИСТСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ»

- Развитие промышленности, загрязнение окружающей среды, глобализация, массовый туризм - какое влияние оказывают эти современные мировые тенденции на самые популярные места туристских посещений? В начале 21 века журнал «National Geographic Traveler» предлагает новый подход к оценке наших любимых туристских маршрутов.
- «Оценка 115 туристических направлений», предложенная «National Geographic Traveler», основана на изучении наиболее популярных во всем мире туристских направлений. К исследованию, проведенному общими усилиями «NG Traveler» и Университета Метрополитен (г. Лидс, Великобритания), были привлечены более 200 экспертов, специализирующихся на туристской индустрии и оценке объектов и территорий, посещаемых туристами. Экспертам было поручено оценить туристские центры по шести основным критериям, используя шкалу от 1 до 100 баллов, и распределить полученные результаты на три категории: «Хорошо», «Неплохо» и «Становится ужасным».
- «Мы ожидали, что опубликование этих данных вызовет немало дискуссий и даже возражений», - заявил редактор журнала «National Geographic Traveler Кейт Беллоуз: «и будем рады, если наше исследование поможет каждому, в особенности политикам, серьезно задуматься о необходимости разумного развития туристских центров, которые все мы так мы любим. От этого напрямую зависит будущее туризма и путешествий».



Категория «Хорошо»



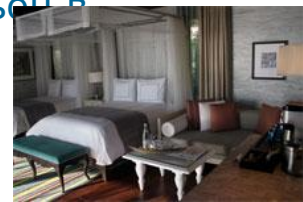
- Удаленное географическое расположение помогает некоторым получившим такую оценку туристским направлениям противостоять негативным последствиям массового туризма. Другие страны научились справляться с популярностью расположенных на их территориях туристских центров.
- Фьорды Норвегии, получившие высшую оценку 82 баллов, признаны лучшим туристским направлением в мире.
- На втором месте (78 баллов) находятся: канадский остров Cape Breton, входящий в состав Новой Шотландии, новозеландский остров Smith Island и национальный парк Torres del Paine на юге Чили.
- В первую пятерку входит расположенный к югу от Австралии остров Тасмания.
- Почётный 71 балл получила Тоскана, остающаяся, согласно статистическим данным, одним из самых популярных в мире мест посещения миллионов туристов, которых в любое время года привлекают сюда благоприятный климат, богатое культурное наследие, разнообразие природного ландшафта и удобство транспортных коммуникаций, то есть все основные факторы, как правило, приводящие к серьезным проблемам, сопутствующим развитию туризма. По мнению экспертов, этой занимающей 7,6% всей территории Италии области удалось избежать негативных последствий массового туризма благодаря строжайшему законодательству в сфере землепользования и строительства.

Категория «Неплохо»



В нее вошли туристские направления, которые будучи привлекательными для массового туризма, уже испытывают его отрицательное воздействие:

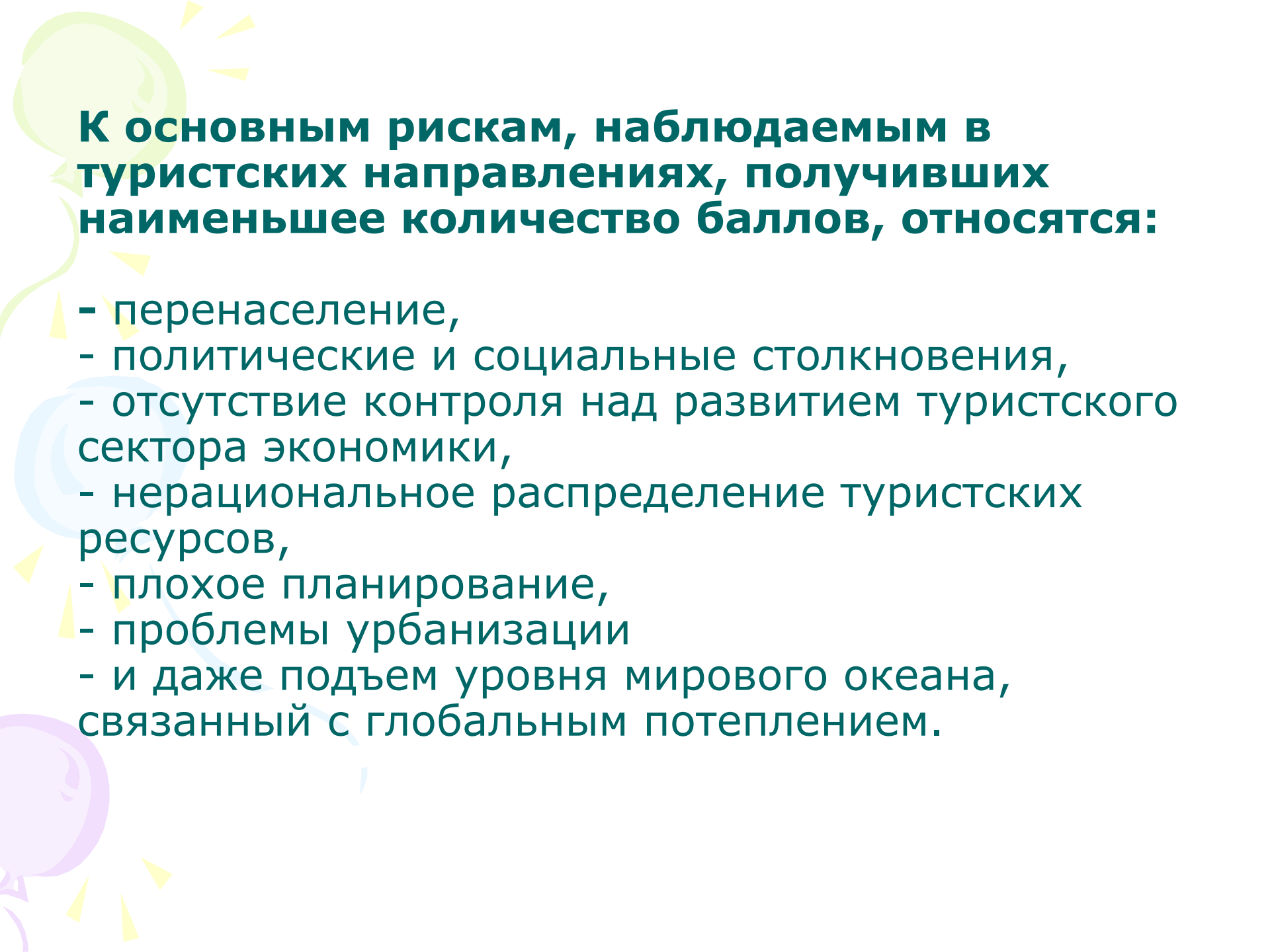
- Йосемитскому национальному парку (США, шт. Калифорния) эксперты присудили всего 66 баллов, отметив явное противоречие между великолепным охраняемым с 1864 года ландшафтом, складывающимся из потрясающих природных явлений и достопримечательностей, и далёкой от совершенства туристской инфраструктурой. Весьма сдержанную оценку экспертов получили меры по решению проблемы пропускного потенциала парка: въезд автомобилей на его территорию запрещён, и от автостоянок ходят бесплатные автобусы до кемпинга в центральной части парка - уникальной Йосемитской долине.
- Скромные 64 балла, полученные Коста-Рикой, подтверждают широко распространённое мнение о посредственном управлении туристскими ресурсами этой страны, в сочетании с интенсивной вырубкой лесов отнюдь не способствующем поддержанию имиджа мирового лидера в сфере экотуризма, на который она претендует.
- В группу направлений, заслуживших среднюю оценку, вошли также: заповедные Галапагосские острова, расположенные в 1000 км. от западного побережья Латинской Америки (67 баллов), национальный исторический заповедник Остров Сан-Хуан на крайнем северо-западе штата Вашингтон, США (67 баллов), острова Большого Барьерного Рифа, протянувшиеся вдоль восточного побережья Австралии более чем на 2000 км. (66 баллов), расположенный в Перу древний город инков Мачу-Пикчу (66 баллов), национальный парк Большой Каньон Колорадо, США (65 баллов), мыс Кейп Код, Массачусетс, США.



«Становится ужасным»

Как охарактеризовать туристские направления, вошедшие в категорию «Становится ужасным»: «залюбленные до смерти» или «хищнически эксплуатируемые»? Применительно к получившим наименьшее количество баллов центрам и территориям, ставшим жертвами массового туризма, плохого планирования и жадности, верными оказываются оба определения.

- Большинство проблем испытывают **пляжные направления**, расположенные в прибрежных зонах и островных государствах. К данной категории относятся: курорт Коста дель Соль (Андалусия) на самом южном побережье Испании (41 балл), Северное побережье Ямайки, считающееся одним из самых красивых мест Карибского региона (42 балла), пляжи острова Пхукет, Таиланд (43 балла), курорты Key West и St. Thomas в группе Виргинских островов (США).
- За результатами исследования «NG Traveler» стоят простые расчеты: островные государства получили самые низкие баллы, потому что их население растёт за счёт массового наплыва туристов, а территория и ресурсы, в отличие от проблем перенаселения и ресурсного истощения, не увеличиваются.
- Непрерывающийся рост спроса на ограниченные ресурсы требует грамотного планирования и мудрого управления, но, к сожалению, в случае неконтролируемого развития туристского сектора, преследующего цели быстрого получения выгоды, бульдозеры часто опережают мысль.



К основным рискам, наблюдаемым в туристских направлениях, получивших наименьшее количество баллов, относятся:

- перенаселение,
- политические и социальные столкновения,
- отсутствие контроля над развитием туристского сектора экономики,
- нерациональное распределение туристских ресурсов,
- плохое планирование,
- проблемы урбанизации
- и даже подъем уровня мирового океана, связанный с глобальным потеплением.



«Сигнал тревоги»

Данное исследование и оценка туристских направлений мира призваны сыграть роль «**сигнала тревоги**».

- Многие из туристских центров, отнесенных к последней категории, начали принимать меры по защите и сохранению ресурсов, от которых и зависит успешное развитие туризма. Важно только, чтобы меры начали давать результаты, пока не стало слишком поздно предпринимать что-либо.
- Программа по комплексному восстановлению рифов в популярном курортном городе Негрил (Ямайка), к примеру, началась, когда 90% рифов уже погибло.
- Многие райские места, привлекающие туристов всего мира, все еще находятся в серьёзной опасности и нещадно эксплуатируются. До тех пор, пока это будет продолжаться, риску уничтожения подвергается бесчисленное количество уникальных туристских направлений.

Система рейтинговой оценки туристских направлений, разработанная «NG Traveler» для исследования туристских направлений, включает следующие параметры:

- Состояние природной среды и экологическая ситуация
 - Социальная и культурная целостность
 - Состояние рукотворных ресурсов, включая исторические и современные сооружения и имеющие статус национального наследия руины
 - Эстетический или общий вид направления, включающий как природные черты местности, так и сооружения, построенные людьми
 - Уровень развития туризма и качество туристского обслуживания
 - Роль туристского сектора в местной экономике, занятости и уровне жизни местного населения
 - Степень просвещения туристов относительно значения туристских ресурсов, традиционных культур и особенностей жизни местного населения в посещаемых местах
 - Перспективы устойчивого развития туристского направления
- С точки зрения «National Geographic Traveler», наибольшее значение имеет последний параметр.

Задание

- Попробуйте оценить ваше любимое туристское направление по приведённым выше параметрам с помощью шкалы от 1 до 10, где 1 - «очень плохо», а 10 - «превосходно». Суммируйте баллы и узнайте, есть ли у места, которое вам нравится, шанс получить звание «Лучшего туристского направления в мире». Будьте объективны. Если по каждому параметру намеренно голосовать 1 или, наоборот, 10, рейтинг не состоится.
- 1-2 - Катастрофа!
- 3-4 - Положение угрожающее.
- 5-6 - Целый ряд проблем, от высшей до средней степени тяжести.
- 7-8 - Незначительные трудности.
- 9- Всё прекрасно, обнадеживает и ближайшая перспектива.
- 10- Лучшее туристское направление в мире!