

МБОУ «Гимназия № 102 им.М.С Устиновой»
Московского района города Казани Республики Татарстан
Gymnasia № 102 named by Maria Sergeevna Ustinova
XVI Всероссийский конкурс научных работ молодежи
Экономический рост России

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК
ОСНОВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО
ЭКСКУРСИОННОГО ТУРИЗМА.
Socio economic area as a base for creating domestic
tourism**

Выполнила: Зайнуллина Индира 11 В класс

Zainullina Indira 11 C form

Научные руководители: Корбиева Л.А., учитель географии высшей кв. категории;

Жученко М.А., педагог – психолог высшей кв. категории

Консультант: Бикетова.С. В. , кандидат педагогических наук, доцент кафедры экономической географии

Директор гимназии №102

И.Н Бакова

Содержание

Введение	3
Глава 1. Психологические особенности туризма	6
1.1. Консультации психолога	6
1.2. Личная психология человека	7
Глава 2. Социально – экономические аспекты туризма .	
2.1. Анализ внутреннего экскурсионного туризма в Казани	
Глава 3. Социологическое исследование	10
1.1. Анкетирование: Какому виду отдыха вы отдаете предпочтение?	10
1.2. Анализ результатов исследования	11
1.3. Методика американского психолога С. С. Плога	12
1.4. Проект 2013, как практическая основа исследования	
1.5. Экскурсия на троллейбусе № 10. « История и современность».	14
1.6. Расход топлива (Автомобиль)	
1.7. Расход топлива (Автобус)	
1.8. Расход топлива (Троллейбус)	
Заключение	15
Литература	16
Приложения	17

Введение

Актуальность исследования.

Развитие индустрии туризма в России играет значительную роль как в росте экономического благополучия страны, так и в развитии международных, культурных, экономических и социальных связей.

В связи с этим, особую значимость, особенно в преддверии Универсиады 2013 года, проводимой в Казани, приобретают попытки организации и развития службы сервиса и туризма.

Радикальные изменения в социально – экономической жизни российского общества создают предпосылки для модернизации образования, и все более актуальными становятся социально-психологические исследования в области образования в целом и в сфере социально-культурного сервиса и туризма в частности.

Актуальность проблемы, ее практическую востребованность и недостаточный уровень разработанности определили выбор темы, предмета и цели исследования.

Проблема исследования определяется противоречием между востребованностью знаний о механизмах формирования и динамике социально-психологических характеристик личности туриста и степенью неразработанности проблемы, обуславливаемой сложностью и неоднородностью представлений о предпочитаемых видах отдыха.

Цель исследования – изучение социально-психологических особенностей предпочтений в сфере отдыха.

Объект исследования – социально-психологические особенности развития внутреннего экскурсионного туризма.

Предмет исследования – социально-экономическое пространство как основа для формирования внутреннего экскурсионного туризма.

Гипотеза исследования – существуют различия в содержании когнитивного, аффективного и конативного компонентов, обусловленных типологией личности и предложениями в сфере социально-культурного сервиса и туризма, связанные с социально-психологическими аспектами развития туризма.

Сформулированная гипотеза позволяет поставить следующие задачи исследования:

- ✓ Определить социально-психологические характеристики личности туриста
- ✓ Выявить область предпочтений при выборе вида и типа отдыха
- ✓ Определить наиболее привлекательные природно-географические ландшафты
- ✓ Проанализировать результаты социологического исследования
- ✓ Разработать и провести экскурсию «История и современность» по маршруту троллейбуса №10.

Другой причиной, определяющей **актуальность и новизну** исследования, является недостаточная разработанность в социальной психологии проблемы организации досуга людей, их предпочтений и психологических особенностей. Исследования в этой области, представленные в трудах О.В. Айгистовой, И.С. Томиловой, Т.Г. Скворцовой, Г.И. Бабий, Е.А. Алилуйко, Г.Н. Лавровой, Т.В. Кудрявцевой, В.А. Квартальнова, в большинстве своем, выполнены в рамках педагогики. В то же время, фактически не изучены проблемы развития внутреннего экскурсионного туризма.

Теоретическими и методическими основами исследования стали основные положения трудов отечественных и зарубежных ученых в области социальной, общей и пед. психологии, а также в области социальной психологии образования, в частности, работы посвященные социально-психологическим особенностям и закономерностям развития туристического бизнеса (Б.Г. Ананьев, А.А. Климов, А.В. Карпов, К.А. Абульханова - Славская, А.А. Бодалев, Н.В. Кузьмина, Б.Ф. Ломов и др.) В трудах самарских ученых разрабатывается проблема развития отрасли и подготовки специалистов. Определены характеристики составляющих учебно - профессиональных установок, изучены вопросы жизненного и профессионального пути личности (Г.В. Акопов, А.В. Горбачева, О.Ю. Шевченко, Т.П. Варфоломеева, М.Н. Кисляков). Вместе с тем, еще недостаточно исследованы вопросы, связанные с психологическими особенностями развития туризма и их связи с социально – психологическими характеристиками личности туристов.

Методы исследования. Для реализации целей и задач исследования и проверки гипотетических положений использовалась совокупность общенаучных и психологических методов:

- Метод теоретического анализа и синтеза
- Метод сбора эмпирических данных - анкетирование, экскурсия
- Метод количественной и качественной обработки эмпирических данных

База исследования: исследование проводилось среди детей – учащихся 11В и 11Г классов МБОУ «Гимназия №102 им. М.С.Устиновой». В экспериментальную выборку вошло 48 человек.

Проанализированы психологические особенности туризма, социально-психологические аспекты туризма, разработан и апробирован экскурсионный маршрут на троллейбусе №10.

Теоретическая значимость исследования. Исследование дополняет общеметодические представления о социально – экономическом пространстве как основе для формирования внутреннего экскурсионного туризма. Описано содержание понятий «личная психология человека» и «социально-психологические аспекты туризма».

Практическая значимость исследования. Результаты исследования могут быть использованы при подготовке волонтеров для участия в «Универсиаде - 2013» и развития внутреннего экскурсионного туризма.

Учитывая, что в период проведения Универсиады -2013, придется общаться с иностранными туристами из многих стран, специалисты отмечают важность владения социально-психологическими средствами общения, в частности, межкультурными коммуникациями, знанием обычаев, особенностей различных религий.

Глава 1. Психологические особенности туризма.

1.1. Консультация психолога.

Отдых, а в частности различные путешествия и туризм в целом занимают особую часть жизни любого человека. И хотя по сравнению с повседневной

рутиной они занимают намного меньше времени, но в плане впечатлений, эмоций и чувств явно стоят на первом месте. Зачастую туризм оставляет сильный отпечаток, погружает вас в необычные, а иногда даже экстремальные ситуации.

Поэтому главный аспект можно рассматривать с точки зрения психологических особенностей туризма, в целом психологию досуга и отдыха, и в том числе психологические типы людей, которые жизнь свою не могут представить без путешествий. И лучше разобраться в себе нам помогла консультация психолога, которая расставила по местам все наши внутренние проблемы. Психологами отмечено, что особую неприятность для человека представляют гомогенные и «агрессивные» поля города. Это голые стены из бетона и стекла, глухие заборы, однообразные переходы и асфальтовые покрытия, преобладание одинаковых элементов, к примеру, однообразные ряды окон на стенах высотных домов. Подобные элементы однообразного городского ландшафта способствуют развитию стрессов, появлению депрессии. В этой связи туризм обеспечивает возможность смены местопребывания человека и возможность попадания его в более комфортную многоликую среду, положительно влияющую на его социально-психологическое состояние.

К элементам такой среды можно отнести ландшафтные и геоморфологические особенности территории: (например, красивый берег Казанки, русло Волги), архитектурные памятники (например, дома старинной постройки), познавательный потенциал территории (например, тематические парки, исторические места). Наш стремительно несущийся век слишком мало оставляет человеку времени, чтобы спокойно поразмышлять о жизни. Но иногда возникает желание разорвать круг привычных житейских забот и, пусть ненадолго, но перенестись в мир иных реалий. Побывать там, где воздух наполнен умиротворением и покоем, где мудро и величаво, уже тысячелетия взирают горы на долгую и трудную историю человечества, ласково перебирает песок речная волна, добрые и гостеприимные люди называют свою землю Родиной.

1.2. Личная психология человека.

Туризм можно рассматривать как фактор совершенствования качества жизни. В данном случае, туристическая деятельность связана не только с прямым экономическим эффектом в виде дополнительных доходов, созданием рабочих мест, развитием инфраструктуры, но и с влиянием

туризма на социально-психологическое состояние человека, улучшение его здоровья и уровня благосостояния.

Возможность смены установки, просто отдыха после трудового дня – одно из важнейших преимуществ в туристической деятельности, способствующих укреплению тела и духа человека.

Не удивительно, что у каждого есть свой взгляд и свои представления на то, как стоит проводить свободное от работы время. И для этого решения основной является личная психология каждого отдельного человека. Здесь огромную роль играют интересы человека, его цели, ожидания, потребности. Но нельзя исключать и внешние факторы влияния, такие как общие тенденции, а также предложения туристических компаний. Можно также выявить общие тенденции на основе того, какие люди более склонны к путешествиям, ну или просто те, кому « не сидится на месте». Чаще всего таким людям не хватает впечатлений в повседневной жизни, поэтому они пытаются возместить этот недостаток многочисленными поездками, путешествиями. Но и это не всегда так. Есть определенный контингент людей, которые просто не могут представить свою жизнь без встрясок и ярких впечатлений. Даже если у них вся жизнь будет полна приключений, их им все равно будет недостаточно, и они будут и дальше стремиться к новому и неизведанному. С другой стороны, в противовес путешественникам есть люди, которые полностью отказываются от такого вида отдыха. Им не нужны ни приключения, ни новые места. Они довольны тем, где они живут, а для отдыха им хватает и дачи. И здесь дело вовсе не в финансовых возможностях, все упирается в жизненные представления людей. А некоторые люди настолько привыкают к такому образу жизни, что другого просто представить не могут.

Как бы то ни было, все зависит от представлений самого человека, его привычек и психологических особенностей. И не важно, что он выбирает: золотые пески и горные склоны, либо домашний уют, новые приключения, или умеренный отдых.

Отдых всегда был и остается неотъемлемой частью жизни каждого из нас.

Глава 2. Социально – психологические аспекты туризма.

Социально-психологические аспекты туризма весьма разнообразны и, в то же время, универсальны. В социальном значении туризм можно представить как средство экономического и социального оздоровления народа, его

духовного и физического здоровья. Различают следующие социально - психологические аспекты:

- познавательные, образовательно-гностические, просветительские;
- воспитательные, обеспечивающие социализацию и ресоциализацию личности; развитие и совершенствование нравственных норм социального поведения, усвоение личностью нормативных основ прав и свобод человека, гражданина;
- оздоровительные, способствующие поддержанию и укреплению здоровья;
- гедонистические, создающие состояния эмоционального удовольствия и наслаждения жизнью;
- рекреационные, обеспечивающий активный отдых, восстановление жизненных сил, работоспособности и хорошего функционального состояния и самочувствия человека;
- коммуникативные, создающие объективные основы социальной адаптации человека и развивающие межличностные и благоприятные взаимосвязи между общностями;
- социокультурные, обеспечивающие прогрессивную социальную динамику и солидарность при взаимодействии множества людей и общностей;
- гуманитарные, развивающие гуманизм, миролюбие, взаимопонимание и дружеские отношения между непосредственно общающимися при туристической деятельности людьми, а также между народами, как на национальном, так и на международном уровне.

Большое внимание уделяется умению пользоваться вербальными и невербальными средствами общения. Вербальные характеризуются тем, что основная информация о значениях реалий и намерений передается посредством слов и предложений, а контекст имеет меньшее значение. В контекстуальной (невербальной) культуре именно контекст и то, что стоит за словами, имеет гораздо большее значение, чем сами слова, т.е. большое значение придается жестам, зрительному контакту.

Социально-психологические проблемы обучения и воспитания, в частности, вопросы целеобразования, мотивации образования, профессионального самоопределения и профессиональной направленности в области туризма,

рассматриваются в трудах отечественных ученых: А.А. Деркача, Е.А. Климова, Н.В. Кузьминой, А.К. Марковой, А.А. Реана, А.С. Чернышева, В.А. Якунина. Социально – психологические аспекты туризма и гостеприимства представлены в работах И.В. Фан-Юнг, В.В.Хмелева, А.М.Руденко, Т.В. Харитоновой и других, однако, такие исследования достаточно редки.

Экономическая эффективность туризма предполагает, что туризм в стране должен развиваться параллельно и во взаимосвязи с другими отраслями социально-экономического комплекса.

Анализ внутреннего экскурсионного туризма в Казани

Анализ современного состояния внутреннего туризма указывает на недостаточный уровень его развития как по качественным, так и по количественным характеристикам. Причинами вышесказанного являются:

1. Неразвитая туристическая инфраструктура, значительный моральный и физический износ существующей материальной базы, малое количество гостиничных средств размещения туристского класса (2 - 3 звезды) с современным уровнем комфорта.

2.Отсутствие до 2002 года государственной некоммерческой рекламы туристических возможностей страны за рубежом.

3. Несоответствие цены и качества размещения в гостиницах.

4. Невысокое качество обслуживания во всех секторах туристической индустрии из-за низкого уровня подготовки кадров и отсутствия опыта работы.

Глава 3. Социологическое исследование

1.1 Анкета (авторская методика учителя географии в.кв. категории Корбиевой Л.А.)

Какому виду отдыха вы отдаете предпочтение?

1. Где ваша семья предпочитает проводить свой отпуск в летний период.
 - А) не выезжает (остаётся дома)
 - Б) в ближайшем пригороде (на даче, садовом участке)
 - В) в отдаленной местности (отличной от места проживания по природно-географическим условиям проживания)

2. Какой тип отдыха вы предпочитаете?

А) активный туризм, экскурсии

Б) пассивный – дом, или база отдыха, пансионат

3. Если вы и ваша семья увлекаетесь туризмом, то какому виду отдаете предпочтение?

А) пешему

Б) автомобильному

В) водному

Д) другим видам (укажите)

4. Какие природно-географические ландшафты вас привлекают во время отдыха?

А) лесной

Б) степной

В) приморский

Г) горный

Д) другие

5. Пользуетесь ли вы при организации вашего отдыха услугами?

А) туристских агентств

Б) бюро путешествий

В) туристических гостиниц

1.2. Анализ результатов исследования

В анкетировании приняли участие учащиеся МБОУ «Гимназия № 102 им. М.С.Устиновой» Московского района города Казани:

11В класс – 23 человека

11Г класс – 25 человек.

На первый вопрос, где ваша семья предпочитает проводить свой отпуск в летний период, ответы были следующие:

Класс	Не выезжает, остается дома	На даче, садовом участке	В отдаленной местности
11В	12%	67%	21%
11Г	8,8%	72%	19,2%

На второй вопрос, какой вид отдыха вы предпочитаете, ответы следующие:

Класс	Активный туризм, экскурсии	Пассивный (дом отдыха, пансионат)
11В	78%	22%
11Г	83%	17%

В ответе на третий вопрос мнения разделились следующим образом:

Класс	Пеший	автомобильный	водный	Горный	Другие виды*
11В	33%	21%	26%	7%	13%
11Г	38%	18%	29%	11%	4%

*К другим видам дети отнесли экстремальные виды туризма: сплав по реке, альпинизм, дайвинг.

На четвертый вопрос дети ответили также по – разному:

Класс	Лесной	Степной	приморский	Горный	Другие
11В	39%	8%	43%	7%	3%
11Г	24%	5%	52%	12%	7%

Ответы на пятый вопрос распределились следующим образом:

Класс	Турагентство	Бюро путешествий	Тургостиница
11В	68%	21%	11%
11Г	49%	32%	19%

Выводы: Ученики ответили, что они и их семьи предпочитают проводить свой отдых на даче или садовом участке (возможно, это связано с недостаточным материальным обеспечением, а не вследствие любви к саду).

Большинство отдадут предпочтение активным видам отдыха, экскурсиям и путешествиям.

Нравится пеший, водный туризм и экстремальные виды туризма.

Привлекают приморские ландшафты и лесные.

При организации отдыха большинство предпочитает пользоваться услугами турагентств.

1.3. Методика американского психолога С. С. Плога.

Американский психолог С.С.Плог увязал стадию развития дестанации с психографическими характеристиками основного контингента посетителей.

Психографика изучает образ жизни людей, т.е. устоявшиеся формы их бытия в мире. Эти формы находят выражение в деятельности, интересах и мнениях, которые самым непосредственным образом отражаются на туристических предпочтениях человека. Но не все психографические характеристики в равной мере определяют поведение туристов. Особенно сильное влияние оказывают следующие пять:

- склонность к переменам;
- готовность к приключениям и риску;
- степень консерватизма;
- требования к комфорту в путешествии;
- интеллектуальный уровень туристских запросов.

На основе этих признаков С.С.Плог выделил 2 крайних типа личностей – психоцентрики и аллоцентрики, которые различаются моделями туристического поведения и выбирают разные места для отдыха.

Психоцентрики выбирают известные центры, в нашем случае Московский и Кировский районы, аллоцентрики, которые больше сидят дома, наслаждаются для себя новыми открытиями своего города – Казань.

Психоцентрики наиболее требовательны к комфорту, поэтому выбирают автомобиль или поездку в троллейбусе в утренние часы.

1.4. Проект 2013 ,как практическая основа исследования

Волонтерское движение в моей школе. Участие в проекте 2013.

Проект «Команда 2013» реализуется в средних общеобразовательных учреждениях муниципальных районов Республики Татарстан. Проект направлен на повышение информированности обучающихся средних общеобразовательных учреждений муниципальных районов Республики Татарстан

Задачи проекта:

популяризация Универсиады среди обучающихся общеобразовательных учреждений муниципальных районов Республики Татарстан;

вовлечение обучающихся общеобразовательных учреждений в волонтерскую деятельность;

создание устойчивых волонтерских команд;

развитие личностных и лидерских качеств обучающихся общеобразовательных учреждений;

пропаганда спорта и здорового образа жизни среди обучающихся общеобразовательных учреждений.

Именно эта программа побудила меня на создание данной работы.

1.5. Экскурсия на троллейбусе № 10. «История и современность»

Маршрут экскурсии разработан с учетом ознакомления с основными историческими, архитектурными и просто памятными местами города Казани. Маршрут доступен всем возрастным категориям и людям с любым достатком. Интересен и студентам, и пожилым людям, туристам и людям, просто любящим прогулки (смотри презентацию, вынесенную в приложение).

Время, затраченное на экскурсию – 1ч 30 минут.

Расход топлива (Троллейбус)

Дано:

Расход топлива-3600Дж/ч = сгоранию 86г дизельного топлива=100 мл дизельного топлива

S=14.3 км

T=1.5 ч

Стоимость дизельного топлива за 1л=31р

Стоимость экскурсовода=0 руб

Стоимость одного маршрута составляет 43,4 р на весь троллейбусе то на 1 человека стоимость составит 1.76 р

Расход топлива (Автомобиль)

Дано

Расход топлива=0,08л/км

Стоимость бензина =28 руб

T=40 мин

S=14.3 км

Стоимость экскурсовода (при условии, если экскурсовод вы)=0 руб

Стоимость составляет 34,4 руб на весь автомобиль , то на 1

человека стоимость составит 6,68

Расход топлива (Автобус)

Дано

Расход топлива=0,45л/км

Стоимость дизельного топлива=31 руб

S=14.3 км

T=1,8 ч

Стоимость экскурсовода=1500 руб=60 руб на человека

Стоимость на 1 человека 70 руб

Заключение

Кто владеет информацией, тот владеет миром.

В Татарстане, на территории высокой толерантности, уживаются люди разных религий.

Туристический бизнес является высокодоходной отраслью. Интерес к Татарстану огромен не только со стороны местных инвесторов, но и со стороны других регионов и зарубежных стран.

В преддверии Универсиады 2013 года необходимо расширение границы существующих экскурсий в городе Казани. У всех людей есть потребность путешествовать. Смена обстановки, хотя бы на короткое время, способствует нормализации нервной системы и, в целом здоровья.

«Открой для себя свой двор, свою улицу, свой микрорайон».

Результаты исследования могут быть использованы не только в сфере туризма и психологии, но и в цикле социально-гуманитарных наук.

Дальнейшее совершенствование средств транспорта способствует расширению и усовершенствованию сети автомобильных дорог и созданию огромного числа станций технического обслуживания и предприятий туристской индустрии — гостиниц, ресторанов, кафе и пр.

Тест, составленный Зайнуллиной И. 11 В класс.

1. Какое место вы бы посетили в Казани?

А) Кизический монастырь

Б) КТЮЗ им.Кариева

В) Кремль

90% опрошенных учащихся предпочли Кремль.

2. Что больше всего привлекает вас в Казани?

А) богатая история

Б) архитектура

В) культура

60% опрошенных учащихся предпочли богатую историю, 40% красивую архитектуру.

3. Где вы часто проводите время?

А) в центре города

Б) в развлекательных центрах

В) дома

На этот вопрос 80% опрошенных предпочитают отдыхать дома.

4. Хотели бы вы посетить Казань?

Исходя из этих данных можно сделать **вывод**: необходимо совершать экскурсии, познавать «малую родину» начиная от своего дома, со своей семьей, со знакомыми, с родственниками. Мы предлагаем Вам обязательно совершить экскурсию по маршруту троллейбуса №10, увидеть историю и современность. Откройте для Казань, её улицу, дома, друг друга.

Литература

1. География туризма, под редакцией А.Ю.Александровой: 2 издание М. КНОРУС 2009 г.
2. Известия Татарстана. Интернет.
Туризм в Татарстане: быть или не быть.
3. Никитина О.А. Социально-экономическое пространство как основа для формирования внутреннего туристического продукта Республики. 2005 г.
4. Рекомендации методиста ДЮДиТ Абайдуллиной Г.З.
5. Экскурсия маршрута троллейбуса №10, составленная учащимися 11 В класса гимназии №102.