Университет Правительства Москвы

V Конкурс исследовательских и проектных работ обучающихся образовательных организаций города Москвы и Московской области «Мегаполис XXI века - город для жизни» в 2020/2021 учебном году

Конкурсная работа

# На тему «Концепция новой сувенирной продукции для г.о. Чехов»


Выполнена учащимися 10 а класса
МБОУ гимназия № 7 г.о. Чехов
Декановым Федором Игоревичем,
Садовниковой Полиной Сергеевной

Подпись_____

Научный руководитель работы:
Трусова Людмила Александровна,
к.п.н., зам.директора
МБОУ гимназия № 7 г.о. Чехов

Директор МБОУ гимназия № 7 г.о. Чехов

Рубцова Елена Николаевна_____


Москва
2021

**Отзыв научного руководителя**

**Конкурсная работа на тему «Концепция новой сувенирной продукции для г.о. Чехов»**

**Авторы: Деканов Федор Игоревич, Садовникова Полина Сергеевна**

Проектная работа «Концепция новой сувенирной продукции для г.о. Чехов» выполнена на актуальную тему, содержит в себе элементы исследовательской и проектной деятельности.

Работа состоит из введения, основной части, включающей четыре подпункта, и заключения. Во введении авторами поставлена цель работы, задачи, указаны используемые методы. В основной части выделены подразделы: анализ актуальности проекта, где приводятся статистические данные по городскому округу, а также результаты анализа роли сувенирной продукции в туризме; в подразделе «Анализ аналогов сувенирной продукции» авторы проводят исследование брендов сувенирной продукции крупных городов, в подразделе «Единая концепция новой сувенирной продукции г.о. Чехов» показана непосредственная авторская разработка логотипа, единого стиля сувенирной продукции, линейка основных сувениров в рамках концепции, в подразделе «Индикаторы успешности реализации концепции единой сувенирной продукции» авторы указывают, что находятся на стадии экономического обоснования проекта для привлечения инвесторов и администрации. Заключение работы содержит выводы по проведенной деятельности и описание дельнейших перспектив проекта. Часть материала вынесено в приложение.

Работа написана понятным языком, приводится много иллюстративного материала, отличается связанностью и логичностью.

26.02.2021 / Трусова Л.А.

## Оглавление

Введение ..... 4
1.Анализ актуальности проекта ..... 6
1.1 Понятие сувенирная продукция и её история ..... 10
1.2.Классификация сувенирной продукции ..... 10
1.3.Роль сувенирной продукции в туризме ..... 11
2.Анализ аналогов в сувенирной продукции ..... 12
3.Единая концепция новой сувенирной продукции г.о. Чехов ..... 14
3.1. Логотип и единое визуальное оформление ..... 16
3.2 Информативный открытки с QR - кодом ..... 20
3.3 Интеллектуальная игра «Жизнь великих людей» ..... 21
3.4 Сувениры ручной работы ..... 23
3.5. Блокноты, календари, сувенирные тарелки, футболки в единой сувенирной концепции ..... 26
4. Индикаторы успешности реализации концепции единой сувенирной продукции г.о. Чехов ..... 28
4.1.Планируемый количественный и качественный эффект ..... 28
4.2.Затраты на проект по отдельным категориям сувениров ..... 29
Заключение ..... 30
Список литературы ..... 32
Приложение 1 ..... 33

# Введение

Актуальность развития туризма в малых городах Московской области не вызывает сомнения у проживающих в этих городах граждан и руководства Московской области в целом. Проект повышения туристической привлекательности нашего городского округа под названием «Как повысить туристическую привлекательность г.о. Чехов» еще в прошлом году стал коллективным проектом нашей гимназии. Учащиеся принимали участие в IV Конкурсе исследовательских и проектных работ обучающихся образовательных организаций города Москвы и Московской области «Мегаполис XXI века – город для жизни» в 2019-2020 учебном году, стали призерами. Предложения по проекту были приняты Администрацией городского округа и учтены в разработке мероприятий по развитию туризма. Анализируя успех данного проекта и проводя собственные исследования в области истории и краеведения нашего родного края, а именно научно-исследовательскую работу по анализу писем А.П. Чехова, фотохроники его семьи, одним из наших соавтором был подготовлен проект по разработке сувенирной продукции - почтовых карточек с QR кодом «Ваш А.П.Чехов». Мы решили расширить круг изучаемых вопросов и, привлекая общественность и социальных партнеров, рассмотреть идею единой концепции сувенирной продукции для нашего городского округа.

В данной работе представлена разработка новой сувенирной продукции для городского округа Чехов как социально-значимый проект. Актуальность выбранной темы обусловлена отсутствием единого визуального стиля современной сувенирной продукции города. Основной **целью работы** является разработка концепции новой сувенирной продукции в едином визуальном стиле для г.о. Чехов. Чтобы привлечь внимание целевой аудитории, необходимо создать современный устойчивый и целостный визуальный образ городу, который сможет заявить о себе с новой стороны, что способствует получению возможной прибыли г.о. Чехов, и выделить узнаваемый стиль среди других городов.

Основной проблематикой является незаинтересованность жителей и гостей города в сувенирной продукции из-за ее дефицита.

**Задачи**:

1. Собрать полную и достоверную информацию по существующей сувенирной продукции на территории города
2. Изучить рынок сувенирной продукции
3. Создать линейку оригинальные сувениры для разной категории покупателей, отражающих характер г.о. Чехов
4. Разработать единую концепцию сувенирной продукции г.о. Чехов.
5. Обратиться к общественности и в Администрацию г.о. Чехов с предложениями о рассмотрении концепции новой сувенирной продукции г.. Чехов.
6. Найти инвестиции для реализации проекта.
7. Создать сайты и страницы в соцсетях с доступом к заказу новой сувенирной продукции из г.о. Чехов

В работе были использованы следующие **методы**: изучение данных и анализ литературы и статистических источников по теме исследования; сравнительный метод; классификация; изучение и обобщение опыта других городов, беседа, метод «дерево проблем», мозговой штурм.

# 1.Анализ актуальности проекта

Сувениры являются визитной карточкой страны, ее культуры и искусства. Они выполняют познавательную роль, способствуют духовному обогащению людей, отражая культуру местности, удовлетворяя покупательские потребности туристов, приносят ощутимую пользу региону.

Современный сувенир должен быть вещественным доказательством, символом места встречи человека и объекта, представленного сувениром. Следует согласиться с М.А. Корецкой [4], которая считает, что сувенир представляет собой телесно организованную мнемотехнику - свидетельство о состоявшемся событии и в этом своем качестве он нужен как тактильный кусок страны, напоминание о том, что какая-то ее часть навсегда осталась в собственности туриста.

В последнее время интерес к внутреннему туризму стал возрастать. Пандемия скорректировала ситуацию с мировым туризмом, ограничив туристов в пересечении границ. Туристское сообщество России понимает реальные преимущества и выгоды развития отечественного туристского рынка. Ключевую роль в развитии внутреннего туризма играют культурно-исторические ресурсы страны. Любой исторический город имеет возможности для развития культурно-исторического туризма, который в свою очередь, стимулирует развитие экскурсионной деятельности, не является исключением и город Чехов.

Используя метод «дерева проблем» (рис. 1) мы установили, что причинами отсутствия единой сувенирной продукции в нашем городском округе является сезонность туристической отрасли, отсутствие специализированных сувенирных лавок в музеях и в отдельном виде, отсутствие мастерских для изготовления сувениров, отсутствие муниципального заказа на единую сувенирную линейку для действующих предприятий в сфере полиграфии, а также были удивлены, что в городе нет возможности купить книги с произведениями А.П. Чехова (только заказ онлайн).

Рис. 1 . Дерево проблем

Создание сувенирной продукции и установка ларьков и лавок в музеях в г.о. Чехов с сувенирной продукцией поможет привлечь целевую аудиторию, станет ведущим элементом в развитии туриндустрии города, его рекламным продвижением, а также поможет идентифицировать себя на рынке России.

Совершенно очевидно, что инновационные туристские предложения могут стать важным фактором развития внутреннего туризма в городе. Это приведет к появлению новых экскурсионных маршрутов, разнообразию экскурсионных услуг, отвечающих современным требованиям.

В нашем городе не хватает сувениров, которые могли бы соответствует запросам современного туриста. Сувенирная продукция не отличается оригинальностью, интересным подходом и отличительным внешним видом. К нам приезжают спортсмены из разных регионов России, но отвезти на память о городе им практически нечего. Город не предлагает сувенирной продукции соответствующего разнообразия и качества потребителю.

*Мы провели опрос жителей и гостей города.* 85 % опрошенных считают не достаточным разнообразие сувениров в музеях. В музеях города руководство уже не первый год поднимает вопросы о разработке принципиально новой сувенирной продукции, соответствующей запросам современного туриста. Но выделять деньги на разработку не имеет возможности, хотя прекрасно понимают, что качественный сувенир принесет дополнительную рекламу музею и региону в целом.

Как показывает статистика, приблизительное количество прибывающих в город туристов составляет 160500 человек и это только по музеям. Как видно на таблице количество туристов с каждым годом возрастает, не считая 2020 года. В 2020 году из-за пандемии музеи закрывались для посещений и количество посетителей гораздо ниже. Данные получены от культурно просветительского отдела музея заповедника А.П. Чехова «Мелихово»

Таблица 1

Посещаемость музеев г.о. Чехов

| Год | **Общее** | **Мелихово** | **Усадьба «Лопасня – Зачатьевское»** |
|---|---|---|---|
| **2014** | 152243 | 137886 | 14357 |
| **2015** | 158267 | 144442 | 13825 |
| **2016** | 159827 | 145555 | 14272 |
| **2017** | 168838 | 150565 | 18273 |
| **2018** | 161508 | 149742 | 11766 |
| **2019** | 170616 | 145831 | 24785 |
| **2020** | 92954 | 80246 | 12654 |

По последним данным в Чехове проживают 72,2 тысячи человек из которых 5% безработных. Данные по количеству населения получены от службы государственной статистики.

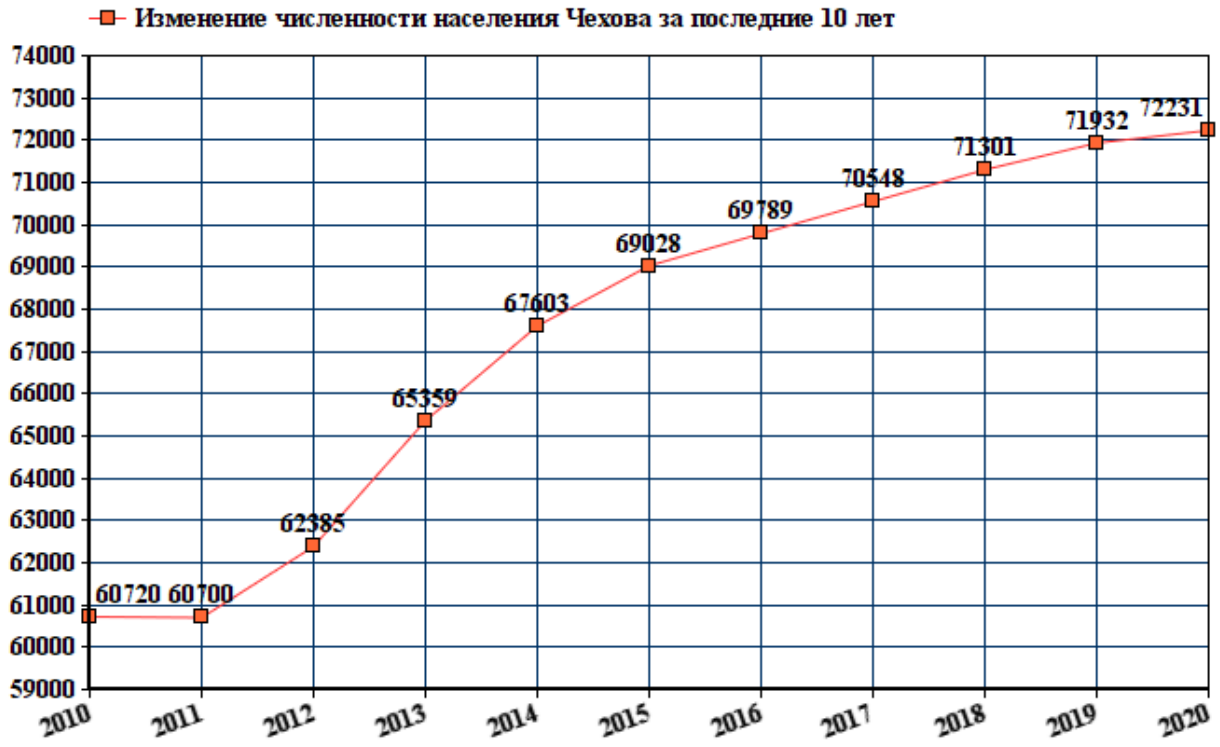



Рис.2. Изменение численности населения г.о. Чехов

В начале 2019 года был образован Комитет по туризму Московской области. При его создании принимался в расчет возможный вклад в экономику региона и потенциал роста отрасли. Были запущены сезонные программы «Лето в Подмосковье» и «Зима в Подмосковье». Благодаря данной программе туристический поток был увеличен на 17,5%. [12] Мы очень надеемся на то, что ограничения по посещаемости туристов не вернуться и с 2021 года продолжится рост посещаемость туристов в нашем регионе.

Так как наша целевая аудитория – люди от 10 до 60 лет, а это 80% жителей г.о. Чехов, то из общего количества исключается 20% людей. Получается, что возможная целевая аудитория жителей города составляет приблизительно 57700 людей в год. Так же в наш округ на летние каникулы приезжает до 1 млн. временных жителей. Будем считать их возможной целевой аудиторией.

Итого общая целевая аудитория г.о Чехов в среднем за год около 218000 человек.

## 1.1 Понятие сувенирная продукция и её история

Сувенир в переводе с французского «souvenir» означает «память».

Первые предметы, напоминающие сувенир археологи находят в древних раскопках египетской цивилизации. Это различные принадлежности культуры и быта древних египтян. Предназначение сувениров в те времена было несколько иным. Люди дарили их своим умершим, оставляя в гробнице уменьшенные копии необходимых в загробной жизни предметов. Поскольку они считали, что раз после смерти остается только душа человека, значит, и от вещей в следующую жизнь переместятся лишь души. Также египтяне изготавливали из подручных материалов статуэтки в виде богов, которым поклонялись.

На Руси сувениры считались семейной реликвией и передавались из поколения в поколение. Изготавливали их из глины, дерева и металла. Как и в Египте, мотивами для сувениров служили, главным образом, статуэтки языческих богов.

В начале XIX века в Европе, в эпоху романтизма, появился новый вид сувениров – медальон. Люди дарили друг другу медальоны как память. Подобные сувениры были особенно популярными среди знати.

История сувениров складывалась на протяжении нескольких тысячелетий, но их предназначение осталось неизменным до сих пор. Сувенир - это напоминание о событии или месте, об эмоциях, привезенных из путешествий или значимых мест.

## 1.2.Классификация сувенирной продукции

Систематизация сувениров бывает всевозможная. Как правило, рекламные сувениры делят на три главные группы:

- полиграфическая продукция;
- деловые подарки и изделия с каким-либо дополнительным текстом или графическим изображением;
- подарки для работников.

Сувенирная продукция с дополнительным текстом или изображением, которая предлагается российскими рекламными агентствами, доходит до

двухсот наименований. Большая часть – это автоматические ручки со всевозможным оформлением и дизайном. Рекламные фирмы делают перечень однотипных предложений. В такой ситуации рекламодатель замещает уникальность высочайшей ценою или отказывается от них.

### 1.3.Роль сувенирной продукции в туризме

С точки зрения теории туризма сувенир - это один из специфических туристских товаров, необходимый для удовлетворения потребностей туриста, возникающих в период его путешествия и вызванных именно этим путешествием. Покупки сувениров составляют важный элемент туристского путешествия, так как трата денег входит в перечень удовольствий, которые турист желает получить, и получает при грамотном обслуживании. В противном случае турист уезжает с чувством неудовлетворения, а регион остаётся с упущенной выгодой.

В марте 2003 г. в Ханты-Мансийске проводился чемпионат мира по биатлону. По мнению специалистов туристско-экскурсионного бизнеса, спрос на некоторые виды сувенирной продукции, посвящённой данному мероприятию, значительно превзошёл её предложение. А это значит, не были удовлетворены потребности туристов и налицо упущенная выгода. Между тем во всём мире при организации подобных мероприятий уделяется большое внимание производству и реализации сувенирной продукции с символикой, так как в немалой степени благодаря этому окупаются расходы на проведение спортивных состязаний. Примером тому может служить опыт проведения Зимних Олимпийских игр в Лилихаммере (Норвегия), где был достигнут высокий коммерческий успех, в том числе и за счёт активной торговли сувенирами с символикой игр [2; 142].

Кроме экономического значения, сувенирная отрасль также имеет и социальное значение для региона, поскольку производство и продажа сувениров обеспечивают занятость местного населения.

Благодаря повышенному спросу на оригинальную сувенирную продукцию, передающую национальный колорит, возрождаются традиционные

народные художественные промыслы; таким образом оказывается благоприятное влияние и на культуру региона.

Человек, побывавший в туристской поездке, демонстрируя привезённые сувениры, невольно становится бесплатным рекламным агентом туристского центра, чем активно способствует привлечению в него новых туристов.

Вывод: сувенир, являясь составляющей туристского продукта и удовлетворяя разнообразные потребности туристов, приносит ощутимую пользу региону. Поэтому недостаточное развитие сувенирной отрасли, является серьёзным упущением.

## 2.Анализ аналогов в сувенирной продукции

Для разработки новой сувенирной продукции г.о. Чехов следует подобрать и проанализировать существующие аналоги. Мы изучили опыт других городов. В ходе исследования были подобраны визуальные концепции городов Москва, Красноярск, Уазань, Санкт – Петербург и Тула.

1) Концепция сувенирной продукции для города Москва представляет собой сложную систему букв, в которые вписаны объемные объекты, архитектурные, промышленные и городские сооружения города. Используется яркая, контрастная цветовая гамма, сочетающая в себе холодные и теплые оттенки. Каждая буква заключает в себе определенную часть местности и знаковых мест Москвы.

Рис.3 Визуальная концепция сувенирной продукции для города Москва

2) Бренд города Красноярск. При создании уникального фирменного стиля краевого центра, графический дизайнер Маргарита Стасевич использовала узоры коренных народов края и достопримечательности Красноярска.

Рис. 4. Визуальная концепция сувенирной продукции для города Красноярск

3) Бренд города Казань. В основу концепции бренда легли 4 ценности – это дружба, слияние двух культур, доброе отношение друг к другу; любовь, символом которой явился ЗАГС не берегу Волги; семья, естественное продолжение любви, рождение детей, рост; традиции, сохранение культурных ценностей и уважение к ценностям других культур. Эти же принципы легли в основу разработки визуальных решений для бренда Казани.

Рис. 5. Визуальная концепция сувенирной продукции для города Казань.

4) Логотип 315-летия Санкт-Петербурга.

На логотипе можно угадать изображения Медного всадника, куполов Исаакиевского и Казанского соборов, а также силуэты парусника, морского судна, разводного моста, одной из Ростральных колонн Стрелки Васильевского острова и символ города — зайчика.

Рис. 6. Визуальная концепция сувенирной продукции для города Санкт – Петербург

5) Тульский регион. Логотип Тулы с родным самоваром и другими общероссийскими символами. Помимо буквы «Т» более 90% площади логотипа — это ребус, доступный к разгадке обладателям мобильных устройств, оснащённых QR-технологией.

Рис. 7. Визуальная концепция сувенирной продукции для города Тула

Краткое описание достопримечательностей нашего городского округа, которые мы используем в проекте для создание единой концепции современной сувенирной продукции размещено в Приложении 1 данной работы.

## 3.Единая концепция новой сувенирной продукции г.о. Чехов

Анализ проблем в сфере сувенирной продукции городского округа Чехов в п.1, изучение аналогичной ситуации в других городах в п. 2, визуальные концепции крупных мегаполисов позволили нам приступить к разработке единой концепции новой сувенирной продукции г.о. Чехов как социальному

проекту, благополучателями в котором являются туристы, жители города и мастера, которые будут обеспечены рабочими местами при изготовлении сувениров. Концепция может быть представлена в виде единой схемы (рис. 8)

В нашем городе по плану осуществляется проект - «Мой Чехов» по благоустройству набережной реки Теребенка. Команда архитекторов проекта «Мой Чехов» представили первые наработки, подготовленные на основе собранных данных анкет, интервью и исследований. На территории планируется: небольшой пляж вокруг пруда; навесы от солнца в виде чайки; амфитеатр для тихого отдыха у воды; площадки для детских игр и занятий спортом; зона с арт-объектами и скульптурами; каток и горки в зимний сезон.

Мы предлагаем установить ларьки с сувенирной продукцией не только на территории будущей парковой зоны вдоль реки Теребенка, но и на других значимых и часто посещаемых местах города. Таких как Спортивный комплекс Олимпийский и гостиница «Олимпийская» И конечно предоставить разработанную сувенирную продукцию всем музеям города.

Рис. 8. Концепция новое сувенирной продукции г.о. Чехов

### 3.1. Логотип и единое визуальное оформление

**Логотип:**

Логотип для производителя сувенирной продукции должен быть стильный и узнаваемый. Он отражает характер и предназначение производимого продукта.

Производители сувениров, редко размещают свой логотип на производимой продукции, так как сувенир предполагает нести в себе рекламу места представляемого сувенира (города, достопримечательности, организации…). Логотип обычно размещается на документах, в каталогах, на

вывесках. При создании логотипа это надо учитывать. Прежде чем разработать свой логотип мы ознакомились с разработками других компаний.

Рис.9 Логотипы сувенирных компаний.

При создании своего логотипа мы основывались на месте реализации сувенирной продукции. Наш город носит имя великого человека - Антона Павловича Чехова, это должно обязательно отражаться в логотипе. Желательно, чтобы логотип был не только легко узнаваем, но и лаконичным, легко умещался на различных поверхностях без потери узнаваемости.

О символизме цвета, его эмоциональном влиянии на человека написал один из самых известных исследователей Макс Люшер. Он исследовал закономерности этого влияния, зависимость влияния цвета от эмоционального состояния человека, открыл зависимость отношения к цвету от условий развития личности и многое другие закономерности, связанные с цветом и его влиянием на человека. Макс Люшер установил, что определенный цвет вызывает у человека вполне определенные эмоции. Отношение к цвету определялось характером жизнедеятельности многих поколений, обретая устойчивость, а любое проявление жизнедеятельности в свою очередь всегда сопровождалось тем или иным эмоциональным состоянием. Поэтому и отношение к цвету всегда было и остается эмоциональным. Кроме того, Люшером был сделан еще один важный для рекламной индустрии вывод — цвет не только вызывает соответствующую реакцию человека в зависимости от его эмоционального состояния, но и определенным образом формирует его эмоции [9, стр.72].

Мы представляем логотип в двух вариантах – черный и в цвете.

Рис.10. Итоговый результат визуальной концепции логотипа сувенирной продукции для г.о. Чехов

**Единое визуальное оформление.**

В процессе исследования и анализа аналогов были выявлены определённые тенденции, актуальные сейчас в позиционировании и идентификации сувенирной продукции города.

Значимыми элементами визуальных концепций становятся:

- яркие акцентные цвета, составляющие уникальную цветовую гамму города;

- простые фигуры, формы и линии, передающие характер;

- авторская ручная графика, придающая уникальность и неповторимость образу города.

С учетом перечисленных тенденций разработана концепция «Разносторонний Чехов», цель которой соотнести образ города с его основными достопримечательностями, через визуально упрощенный язык. Основная задача: через простые графические формы, линии и фигуры передать визуальный стиль города, его индивидуальные особенности, места, сооружения и их характер. Главными элементами должны выступать минималистичные силуэты и формы, подчеркивая эффект «очаровательной простоты» и в то же время, утонченности

образа. Цветовая гамма соотносится с общепринятыми цветами на гербе города Чехов.

Усадьба «Меликово»
Флигель А.П.Чехова

Чеховский
Анно-Зачатьевский
храм

Городской парк
культуры и отдыха

Дворец спорта
"Олимпийский"

Рис. 11. Разносторонний Чехов

### 3.2 Информативный открытки с QR - кодом

Иллюстрированные карточки (открытки) собраны в коллекцию из 10 штук и имеют упаковку в виде обложки. У нас получился не просто набор открыток, это, скорее, современное издание, поданное в необычном формате. Открытки имеют на оборотной стороне QR – код, в котором закодировано письмо. На каждой открытке разные письма, которые были написаны А.П Чеховым в период жизни в Мелихове. Письма читают ученики детской театральной студии Мелихово. На лицевой стороне открытки изображены, в линейной технике, примечательные места нашего города. На оборотной стороне, в соответствии с требованиями к почтовой открытке, есть разлиновка, которую можно заполнить и отправить открытку почтой. Размер открытки стандартный 9х16, подходящий также к конвертам. Так как данные открытки имеют QR коды, их информативность сильно отличается от обычных открыток. Открытка становится способом получения информации. Посетителям будет приятно из каждой поездки привозить такие наборы открыток, хранить их дома, собирать в коллекцию, пересматривать и пользоваться как источником информации.

Рис. 12. Пример сувенирных открыток

### 3.3 Интеллектуальная игра «Жизнь великих людей»

В рамках научно – практической деятельности ученики начальных классов Гимназии №7 г.о. Чехов, создали настольную игру «Жизнь великих людей». Данная игра послужит уникальным образцом сувенирной продукции для нашего города. Под руководством научного руководителя ребята разработали 75 вопросов про жизнь и творчество А.П. Чехова и представили игру на школьной научно практической конференции.

Игра состоит из игрового поля и карточек. Поле разделено на 5 секторов по типу вопросов:

1. «Биография писателя» - вопросы о жизни писателя
2. «Литературная мастерская» - вопросы по произведениям А.П. Чехова
3. «Любопытно знать» - интересные факты из жизни и творчества А.П. Чехова
4. «Мудрые мысли» - цитаты А.П. Чехова

5. «Вопросы от одноклассников» - на карточках написаны имена авторов вопроса.

К каждому сектору прилагаются по 15 карточке с вопросами и четырьмя вариантами ответа на каждой карточке. На оборотной стороне карточек имеется правильный ответ.  В игре есть четко прописанные правила поведения во время игры и 2 вида правил проведения игры с ведущим и без него.

У ребят получилась интересная, увлекательная игра, способная увлечь и заинтересовать игроков. С помощью игры гораздо легче и интереснее запоминать новый материал и получать полезные умения и навыки.

Под единым названием «Жизнь великих людей» создано 3 игры с тремя разными героями - А.П. Чехов, Л.Н. Толстой и А.С. Пушкин. Данная игра рассчитана целевую аудиторию 10+. Предполагаем, что данная игра получит большой интерес не только у детей, но и у взрослых.

Рис.13. Игровое поле настольной игры «Жизнь великих людей» А.П. Чехов

Рис.14. Карточки для игры

## 3.4 Сувениры ручной работы

Ручной труд всегда ценился, так как вещи, изготовленные таким образом, имеют, как правило, не только хорошее качество, но и в каждом из них есть своя определенная уникальность. Художник, даже при большом желании, не может написать две абсолютно одинаковые картины, но это и делает его труд оригинальным. В этих двух составляющих (качество и уникальность) и заключается суть изделий, сотворенных руками человека. Многие люди желают иметь в гардеробе вещь, которой нет у других, или коллекционеры – заполучить себе оригинальный предмет. Благодаря такому спросу многие рукодельники превращают свое хобби в способ заработка, который иногда становится делом их жизни.

Мы провели анализ изделий ручной работы по г.о. Чехов. В нашем городе. На выставке в т.ц. Карусель были представлены товары ручной работы в категориях – вязаные вещи, игрушки для детей, шоколад, мыло, бижутерия, валяные сувениры и украшения.

Мы проанализировали 10 самых крупных торговых онлайн - площадок для HANDMADE мастеров:

livemaster.ru Ярмарка мастеров – самая крупная в России площадка для продажи своих изделий. Тут наш город представляют мастера по созданию мыла, букетов из конфет, не крупные изделия из дерева и изделия из шерсти – валяние.

etsy.com – очень популярная зарубежная площадка. И тут есть мастера из Чехова художник с акварельной живопись и мастер по пошиву одежды.

in-dee.ru - Тут больше всего наших мастеров представляют изделия из шерсти, вязаные одежда и аксессуары, ювелирные изделия и т.д

Мастера из Чехова единично встречались и на следующих полщадках:

hand-made.ru – площадка для продажи изделий ручной работы.

artfire.com – ещё одна зарубежная площадка с растущей аудиторией.

selio.ru – бесплатный сервис для продажи своих изделий.

handmade-online.ru – площадка, удобная для жителей Москвы, так как именно там располагается «база»

rukodelnoe.ru – здесь продают и покупают handmade

fintiflu.com – площадка предоставляет свои услуги бесплатно.

navkusicvet.net - разместить можно неограниченное количество своих работ.

Для привлечения к проекту мастеров-ремесленников, для начала, мы наладили сотрудничество с мастером по валянию. Сувениры сделанные своими руками уникальны и не повторимы. К сожалению, не только в нашем городе недооценено их творчество, даже в городах с развитым туризмом большая часть сувенирной продукции привозная. Например, в Мышкине, где туристический поток за последние годы увеличился в десятки раз, 80 процентов привозной сувенирной продукции. Это невыгодно для муниципалитетов. Развитие народных промыслов, ремесленной деятельности, производства сувенирной продукции перспективно вне зависимости от наличия туристов. Это не только способ поддержать предпринимательство в муниципальном образовании. Ремесленники помогают сохранить культурное наследие, способствуют занятости и самореализации различных социальных групп: молодежи, безработных, лиц с ограниченными возможностями здоровья. Доходы от

народных промыслов и продажи сувениров – источник поступлений в местный бюджет.

Как опытный образец мастером было создано несколько вариантов сувенирной продукции.

Древнерусский оберег «Валенки-шептуны». Рано утром, до восхода солнца, их вешали за входной дверью. В один валенок клали зёрнышко, а в другой – монетку. После можно было нашептывать в валенки свои сокровенные желания и по поверью они сбывались.

Валенки – исконно русский сувенир, олицетворяющий тепло и уют в вашем доме, это часть русской истории, символ России.

Рис.15 Сувенирные валеночки

## 3.5. Блокноты, календари, сувенирные тарелки, футболки в единой сувенирной концепции

Рис. 16. Блокноты в единой сувенирной концепции

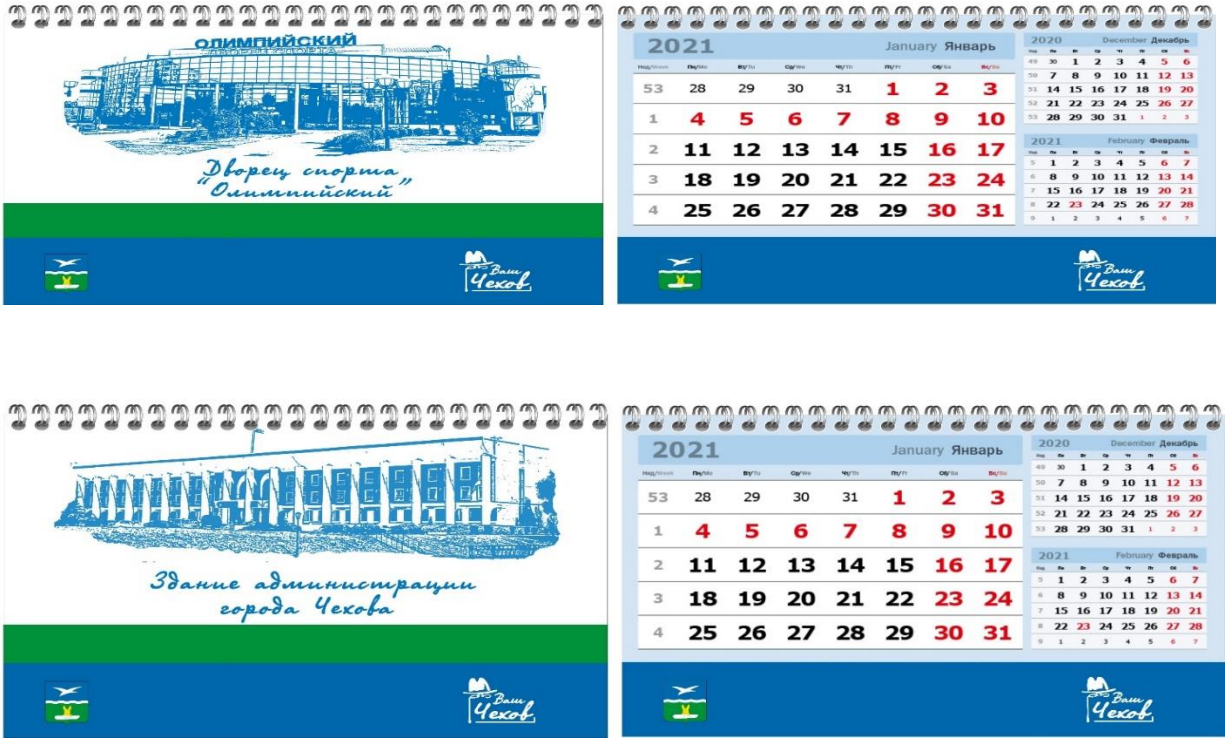



Рис. 17. Календари в единой сувенирной концепции

Рис. 18. Тарелки в единой сувенирной концепции

Рис. 18. Футболки в единой сувенирной концепции

# 4. Индикаторы успешности реализации концепции единой сувенирной продукции г.о. Чехов

На сегодняшний день проект разработки концепции единой сувенирной продукции г.о. Чехов находится на стадии разработки экономического обоснования для привлечения инвесторов и администрации городского округа. Мы уже разработали единый стиль и логотип, часть сувенирной линейки продукции, сотрудничали с одной из типографий города и имеет возможность предоставить часть реальных затрат на изготовление отельных видов сувениров. Работа над проектом велась в течение 6 месяцев.

## 4.1.Планируемый количественный и качественный эффект

Успешное завершение проекта призвано повысить спрос на сувенирную продукцию, сбор налогов в бюджет города, увеличить заинтересованное количество туристов и жителей города, узнаваемость бренда города. Как показывает статистика, на сегодняшний день, в среднем турист тратит примерно 200 рублей на приобретаемые сувениры. Данные о средней стоимости сувенирной продукции на сегодняшний день в г.о. Чехов отсутствуют.

Единая концепция новой сувенирной продукции города позволит открыть до 10 новых рабочих мест, привлекая лиц с ограниченными возможностями здоровья, родителей из многодетных семей. Они могут быть как мастерами по изготовления сувениров, так и продавцами в сувенирных лавках. У местных типографий появится возможность увеличить количество заказов на сувенирные печатные издания, календари, блокноты, наградную продукцию.

Для предпринимателей есть возможность открыть три самостоятельных сувенирные лавки при одобрении Администрации округа в гостинице «Олимпийская», спорткомплексе «Олимпийский», на набережной реки Теребенка.

Нами были зарегистрированы два домена для дальнейшей работы в онлайн-пространстве, в том числе и реализации сувениров через Интернет. Это домен http://souvenirchik.ru и http://сувенирыизчехова.рф. Индикатором

успешности данных платформ станет высокая посещаемость и наличие заказов на сувенирную продукцию.

## 4.2.Затраты на проект по отдельным категориям сувениров

Таблица 3

Накладные расходы

| Наименование | Стоимость руб./мес. | Период 6 мес. | Общая стоимость руб. |
|---|---|---|---|
| Мобильная связь | 1140 | 6840 | |
| Интернет | 1000 | 6000 | |
| Транспорт | 1200 | 7200 | |
| Итого: | | | 20040 |

Таблица 43

Расходы на производство единичных пилотных экземпляров сувенирной продукции

| Наименование продукции | Цена в руб. | Кол-во/шт. | Общая стоимость/руб. |
|---|---|---|---|
| Настольная игра | 800 | 3 | 2400 |
| Набор открыток из 10шт. | 300 | 1 | 300 |
| Валяные сувениры | 350 | 3 | 1050 |
| Тарелки | 800 | 3 | 2400 |
| Календарь | 150 | 1 | 150 |
| Блокнот | 200 | 2 | 400 |
| Футболка | 700 | 2 | 1400 |
| Итого | | | |

Рассмотрим вариант массового производства данной сувенирной продукции для реализации на территории г.о. Чехов. Предполагаемое количество пунктов с продажей сувениров – 10. В данном случае затраты составят (табл. 4 )

Таблица 5

Стоимость изготовления сувениров при тираже свыше 100 экз, руб.

| Наименование продукции | Цена в руб. от 100 шт. |
|---|---|
| Настольная игра | 550 |
| Набор открыток из 10шт. | 100 |
| Валяные сувениры | 300 |
| Тарелки | 600 |
| Календарь | 120 |
| Блокнот | 180 |
| Футболки | 450 |

# Заключение

Развитие туристической привлекательности городов – одна из задач, которую ставят перед собой руководство регионов нашей страны. Рост численности туристов может стать толчком к развитию и нашего городского округа. Сувенирная продукция – один из способов привлечь туристов, напомнить о городе, повысить узнаваемость округа, сделать его привлекательным для посещения.

Мы установили, что причинами отсутствия единой сувенирной продукции в нашем городском округе является сезонность туристической отрасли, отсутствие специализированных сувенирных лавок в музеях и в отдельном виде, отсутствие мастерских для изготовления сувениров, отсутствие муниципального заказа на единую сувенирную линейку для действующих предприятий в сфере полиграфии, а также были удивлены, что в городе нет возможности купить книги с произведениями А.П. Чехова. Выявив проблему отсутствия единой концепции сувенирной продукции в нашем городском округе мы поставили цель разработать единую концепцию.

В ходе работы над проектом было выполнено исследование, проделана работа по сбору и анализу аналоговых материалов в других городах. Итогом работы стало решение поставленных задач: разработан логотип, единый стиль оформления сувенирной продукции, линейка сувениров, изготовлены прототипы сувенирной продукции. Для привлечения внимания к проблеме следующим шагом станет обращение с инициативой в Управление спорта и туризма Администрации городского округа при поддержке Общественной палаты городского округа. Единая концепция новой сувенирной продукции города позволит открыть до 10 новых рабочих мест, привлекая лиц с ограниченными возможностями здоровья, родителей из многодетных семей. Они могут быть как мастерами по изготовления сувениров, так и продавцами в сувенирных лавках. У местных типографий появится возможность увеличить количество заказов на сувенирные печатные издания, календари, блокноты, наградную продукцию.

Сувенирная продукция будет иметь важное значение в привлечении внимания большего количества гостей и жителей города и решит проблему отсутствия единого визуального образа сувенирной продукции г.о. Чехов

## Список литературы

1. Антон Павлович Чехов. Полный сборник писем Чехова. Письма Чехова 1892 - 1894. [Электронный ресурс] – Режим доступа http://chehov-lit.ru/chehov/letters/1892-1894.htm 19.12.2020

2. Мелиховские впечатления в творчестве Чехова. Статья. Чехов в Мелихове. [Электронный ресурс] – Режим доступа http://apchekhov.ru/books/item/f00/s00/z0000008/st008.shtml 10.12.2020

3. Лакшин Владимир Яковлевич. Книга "Берега культуры". [Электронный ресурс] – Режим доступа https://litlife.club/books/329815/sections/1?page=43

4. Корецкая, М.А. Сувенир. М.А. Корецкая. Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. 2008. No1. С. 38 - 43.

5. Почта России. [Электронный ресурс] – Режим доступа https://www.pochta.ru/

6. Течение мелиховской жизни. А.П. Чехов 1892 – 1899 годы. Ю.А. Бычков. Москва, «Планета» 1989.

7. А.П. Чехов и его времена. А. Турков. Издание второе. Москва, «Советская Россия» 1987

8. «Мой Чехов» [Электронный ресурс] – Режим доступа https://moichekhov.ru/project

9. Биржаков, М.Б., Маринин, М.М. Shopping/покупки // Туристские фирмы. 1997. Вып. 12. С. 231-253.

10. Новости Сибири. [Электронный ресурс] – Режим доступа https://krsk.sibnovosti.ru/culture/306920-krasnoyarsku-predlozhili-logotip-i-firmennyy-stil

11. Создание фирменного стиля туристической фирмы «Нева» [Электронный ресурс] – Режим доступа https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=456933 © Библиофонд

12. Правительство Мосокоской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/organy/komitet-po-turizmu-moskovskoi-oblasti/turisticheskiy-potok-vyros-na-175-v-podmoskove-v-2019-godu

**Приложение 1**

## Краткое описание основных достопримечательностей г.о. Чехов

Чехов — небольшой город, расположенный на реке Лопасне в 80 км от столицы России. Город спокойный и размеренный, однако обладает богатой историей. Тут есть на что посмотреть, интересные места находятся чуть ли не рядом друг с другом — церкви, музеи, современные спортивные объекты, и конечно же усадьба Лопасня-Зачатьевское.

- Музей-усадьба Лопасня-Зачатьевское

Является памятником садово-паркового искусства и архитектуры XVIII – XIX веков, причем это памятник федерального значения. Музей не очень стар, однако, это не мешает ему быть невероятно интересным, а его экспозициям — познавательными. На правом берегу реки Лопасни раскинулся чудесный парк, в котором и находится музей-усадьба.

Что интересно, в этом парке гуляли и жили в усадьбе потомки А.С. Пушкина. Они были частыми и весьма желанными гостями здесь. Особенно часто здесь бывала старшая дочь знаменитого поэта и ее брат- Александр Александрович Пушкин.

В музее имеется библиотека и несколько выставочных залов, а также краеведческий кружок для детей и подростков. Музей проводятся экскурсии по парку, усадебному дому и некрополю.

- Центральный парк культуры и отдыха в Чехове

Находится парк на изгибе реки Лопасни, ранее широкой и полноводной, даже судоходной, а сейчас она обмельчала, однако все равно прекрасна. Кстати, у каждого пруда есть свое название, а у некоторых даже имеется своя история.

- Церковь Зачатия Анны Праведной

Церковь представляет собой историческую ценность. На ее территории находится некрополь, где похоронен старший сын Александра Сергеевича Пушкина со своей женой Софьей, а также их дети и любимая внучка.

- Музей-заповедник А.П.Чехова «Мелихово»

Здесь с 1892 по 1899 год жил русский писатель Антон Павлович Чехов. За время проживания, Антон Павлович создал более 40 шедевров, в том числе пьесы «Чайка», «О любви», «палата номер 6» и другие. Период жизни А.П. Чехова в Мелихове считается специалистами самым плодотворным в жизни писателя.

- Источник Преподобного Давида

Первое упоминание о Талеже относится к 1328 году. В завещании князя Ивана Калиты упоминается «село Талежское», передаваемое в наследство его сыну Андрею. Своего расцвета поселение достигло при Владимире Григорьевиче Орлове, которому эти земли были пожалованы императрицей Екатериной II. На средства князя была возведена церковь Рождества Пресвятой Богородицы.

- Вознесенская Давидова пустынь

На правом берегу реки Лопасни раскинулась Вознесенская Давыдова пустынь. Данный монастырь зародился очень давно, аж 31 мая 1515 года преподобным Давидом. Есть роща, высаженная преподобным Давидом вокруг монастыря. На территории монастыря расположено несколько церквей, в том числе и выстроенная в 1740 году Успенская церковь.

- Усадьба Молоди

Впервые упоминается в летописях в 1572 году, ее появление связано с битой, которая состоялась в 1572 году, когда русские войска бились с татаро-турецкими. Принадлежала усадьба Головиным и Салтыковым, сейчас от нее сохранился главный дом, флигель, амбар и невероятно прекрасный парк.

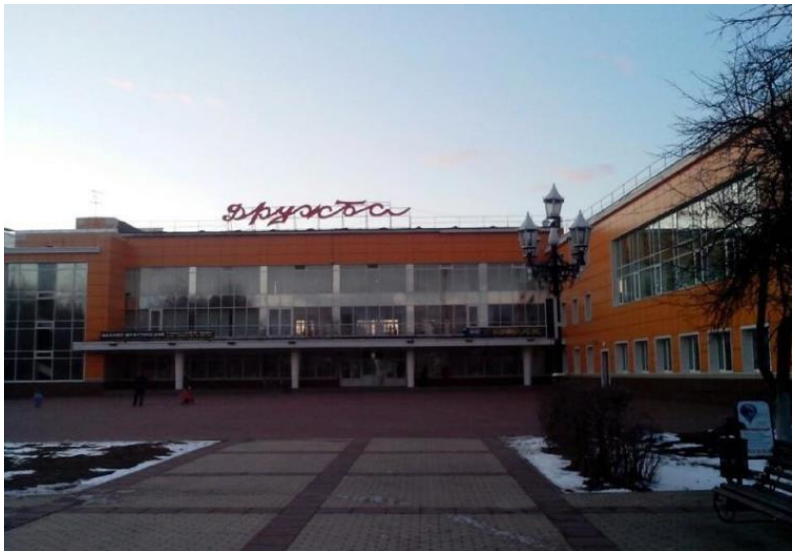
- Сквер имени Чехова

Одним из любимейших мест жителей города Чехова является небольшой парк, названный, как и сам город, в честь великого русского писателя. Парк действительно не может похвастаться большими размерами, однако здесь красиво, тут много клумб, фонтанов и памятников. Однако, наиболее известной достопримечательностью является, разумеется, памятник Чехову.

- Музей писем А.П. Чехова

В городе имеется вокзальная площадь. А неподалеку от нее, в здании, где раньше располагалось почтово-телеграфное отделение, сейчас находится один из наиболее любимых музеев как туристов, так и жителей города, ведь сама экспозиция очень интересна. Это музей писем известнейшего русского писателя Антона Павловича Чехова.

- Культурно-творческий центр Дружба



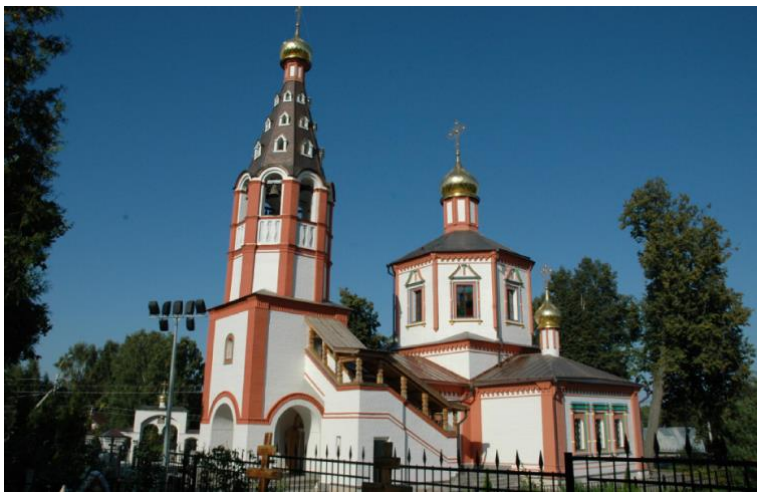
В городе предлагает свои услуги культурно-творческий центр «Дружба». Он был организован в 1972 году с целью культурного просвещения населения города и развлечения молодежи. Здесь огромное количество секций, кружков и городских мероприятий.

- Усадьба Садки

Упоминается в различных документах с XVII века. Она построена известным серпуховским воеводой по имени Андрей Еропкин. После него усадьба часто перепродавалась, меняла владельцев. Последним из них стал Петр Михайлович Рюмин. Что также интересно, он был знаком с писателем Антоном Павловичем Чеховым и хорошо с ним общался.

В 1771 году неподалеку появилась церковь Иоанна Предтечи в стиле классицизма, но с чертами барокко. Также в те далекие времена здесь имелся зоологический сад, где в специальном колесе крутилась белка, в особой будке жил медведь. И, что необычно, там жил даже верблюд, которого Петру Михайловичу подарил грузинский князь.

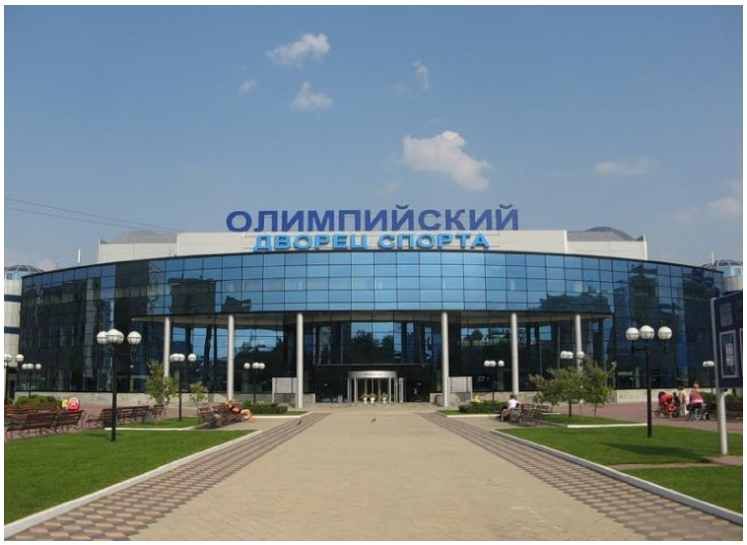
- Церковь Грузинской иконы Божией Матери в Якшино



Неподалеку от города Чехова есть небольшое село Якшино. Там, на берегу реки Челвенки расположился прекрасный храм Грузинской иконы Божией Матери, выстроенный в стиле московского барокко.

Храм был построен в XVIII веке, поэтому уже представляет собой огромную историческую ценность. В 1953 году церковь взорвали. Ну а из кирпичей, оставшихся от нее, неподалеку построили овчарню, а место, где раньше был храм, было забыто и полностью заросло травой и кустарниками. Однако, в 1990 году начались работы по его восстановлению.

- Олимпийский (дворец спорта)




Был открыт и начал свою деятельность 30 июля 2003 года. Данный дворец спорта считается домашней ареной гандбольного клуба под названием «Чеховские медведи». Территория дворца достаточно большая, здесь имеется огромная спортивная арена (высота зала составляет 12 метров!), немаленькие

тренировочный и тренажерный залы, плавательный бассейн, где около 420 посадочных мест.

- Ледовый хоккейный центр Витязь

Строительство началось в 2000 году. Сейчас данный объект представляет собой ледовую арену международного класса. Вмещает в себя арена более 3300 человек, само ледовое поле имеет достаточно большие размеры.

- Гостиница «Олимпийская»

Гостиница входит в состав МАУ "ДС "Олимпийский" вместе с дворцом спорта "Олимпийский" и "Спортивным комплексом" (Ледовая арена), расположена в самом центре города Чехов Московской области, напротив здания администрации города.

- Аэроклуб «ВОЛОСОВО»

Неподалеку от Чехова имеется аэроклуб «Волосово», где каждый желающий в возрасте от 15 до 60 лет может осуществить давнее и заветное желание, прыжок с парашютом. Также есть сувенирный магазинчик, где вы можете приобрести приятную мелочь на память.