

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/137123>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Туризм (другое)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Выявление проблем продвижения лечебно-оздоровительных туров ХМАО-Югры 5

1.1. Анализ основных инструментов продвижения лечебно-оздоровительных туров в регионе

1.2. Проблемы реализации и продвижения лечебно-оздоровительных туров в ХМАО-Югре 25

2. Совершенствование инструментов продвижения лечебно-оздоровительных туров в ХМАО-Югре 32

2.1. Разработка проекта по продвижению туров в регионе 32

2.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий по продвижению туров 50

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 54

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 57

ПРИЛОЖЕНИЯ 62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы заключается в том, что Ханты-Мансийский автономный округ Югра имеет большие возможности по оказанию высококвалифицированной медицинской помощи в рамках организации санаториями лечебно-оздоровительных туров для жителей округа и близлежащих территорий. Ханты-Мансийский автономный округ является одним из богатых регионов страны. В Ханты-Мансийском автономном округе Югра сосредоточено достаточно большое количество лечебно-оздоровительных организаций, которые могут быть объектами для лечебно-оздоровительного туризма.

Лечебно-оздоровительный туризм - это комплекс услуг, который включает в себя получение медицинской услуги и полный пакет обслуживания: поездка, гостиничное размещение, культурное просвещение на выгодных условиях.

Лечебно-оздоровительный туризм, как разновидность санаторно-курортного лечения, рассматривает организацию оздоровления населения с точки зрения технологии путешествия. Это достигается путем формирования туристического продукта, в основе которого заложена лечебная или оздоровительная технология, улучшающая качество жизни путем полного удовлетворения потребности в отдыхе, оздоровлении и лечении с использованием разнообразных составляющих природного комплекса.

Лечебно-оздоровительный туризм в Ханты-Мансийском автономном округе Югра имеет ряд отличительных черт. Во-первых, пребывание на курорте должно быть достаточно длительным, не менее трех недель. Только в этом случае достигается желаемый оздоровительный эффект. Во-вторых, лечение в санаториях стоит дорого. Хотя в последнее время стали разрабатываться сравнительно дешевые туры, этот вид туризма рассчитан в основном на состоятельных клиентов, которые все больше ориентируются не на стандартный набор медицинских услуг, а на индивидуальную программу лечения. Еще одна особенность состоит в том, что в такие туры едут люди старшей возрастной группы. Соответственно эти туристы выбирают между курортами, специализирующимися на лечении конкретного заболевания, и курортами смешанного типа.

Поэтому развитие данного вида туризма является важным для региона в настоящее время с экономической точки зрения.

Объект работы - лечебно-оздоровительные туры на территории округа.

Предмет - проблемы продвижения туров.

Цель работы - проанализировать проблемы продвижения лечебно-оздоровительных туров в регионе.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

□ провести анализ основных инструментов продвижения лечебно-оздоровительных туров в регионе

□ выявить проблемы реализации и продвижения лечебно-оздоровительных туров в Ханты-Мансийском автономном округе

□ разработать проект по продвижению лечебно-оздоровительных туров в регионе

□ оценить эффективность предложенных мероприятий по продвижению туров.

Теоретическая база исследования – Агеева О.А., Артемова Е.Н., Балабанов И.Т., Баумгартен Л.В., Брашнов Д.Г., Буйленко В.Ф., Волков Ю.Ф., Гридин А.Д., Дементьева С.В., Дмитриев Н.В., Елканова Е.И., Кусков А.С., Медлик С., Сангинов, Д. Ш. , Яковлев Г.А.

Методологическая база исследования – анализ (лечебно-оздоровительных туров в регионе), синтез (изучение и применение лучшего опыта продвижения туров в Югре).

Работа состоит из введения, двух глав по два параграфа, заключения и списка литературы. Общий объем работы 61 страниц.

1. Выявление проблем продвижения лечебно-оздоровительных туров ХМАО-Югры

1.1. Анализ основных инструментов продвижения лечебно-оздоровительных туров в регионе

На обширной территории Югры имеются необходимые ресурсы для оздоровительного отдыха, получившие название "Сибирское СПА" - минеральные водные и грязевые источники, обладающие значительным лечебным эффектом, чистый воздух, наполненный ароматом хвойных лесов.

Разведаны и утверждены эксплуатационные запасы минеральных (йодо-бромных) вод.

Прежде чем проанализировать основные инструменты продвижения лечебно-оздоровительных туров в ХМАО-Югра, рассмотрим основные тенденции развития данного туризма в регионе, основные виды туров, которые предлагаются на рынке.

Так, например, крупными лечебно-оздоровительными центрами, в которые организуются туры, являются Санаторий «Кедровый Лог» г. Сургут, Санаторий "Нефтяник Самотлора" г. Нижневартовск, Санаторий "Газпром Трансгаз Югорск" г. Югорск, Санаторий «Самотлор» г. Нижневартовск.

Во-первых, в данном регионе сосредоточено достаточно большое количество лечебно-оздоровительных организаций, которые являются объектами для данного туризма.

Выбирая место для отдыха, часто советуют познакомиться с возможностью санаториев. Там находятся здравницы специализирующиеся на лечение опорно-двигательного аппарата и желудочно-кишечного тракта.

Санатории Ханты-Мансийского АО отличаются от других своим богатым и современным оснащением. Собственники здравниц вкладывают большие средства в диагностическую и лечебную аппаратуру. Для гостей санаториев предлагается широкий спектр физиотерапевтических процедур. Отделения грязе- и бальнеолечения также укомплектованы оборудованием от известных производителей .

Югра сегодня нацелена на развитие лечебно-оздоровительного туризма. Лечебно-оздоровительные учреждения округа готовы к тому, чтобы принимать туристов, желающих получить лечение в регионе. Лечебно-оздоровительный туризм - это комплекс услуг, который включает в себя получение оздоровительной услуги и полный пакет обслуживания: поездка, гостиничное размещение, культурное просвещение на выгодных условиях. В процессе пребывания в санатории пациент должен не только получить оперативные оздоровительные услуги, но и остаться удовлетворенным своей туристической поездкой.

Как отмечает директор ведомства, лечебно-оздоровительные учреждения оказывают эксклюзивные услуги, в которых Югра имеет конкурентные преимущества. Югра имеет большие возможности по оказанию высококвалифицированной медицинской помощи в рамках организации санаториями лечебно-оздоровительных туров для людей.

Ресурсная база региона обеспечивает туристов и население доступностью высокотехнологичной помощи в сфере лечения сердечно-сосудистых заболеваний. Благодаря социально ориентированной политике округа и реализации региональных туристических программ, смертность от болезней системы кровообращения в Югре за последние годы снизилась на 14 процентов, от ишемической болезни сердца – на 11,5 процента, от инфаркта миокарда – почти на 10 процентов. Квалификация врачей и уровень оснащённости санаториев позволяют применять новые сложные, уникальные, ресурсоемкие методы лечения, в том числе с использованием роботизированной техники, информационных технологий, разработанных на основе достижений медицинской науки и смежных отраслей науки и техники.

Санатории оказывают услуги туристам из 15 стран ближнего и дальнего зарубежья, в том числе Азербайджана, Таджикистана, Украины, Египта, Сербии, Турции, Германии и КНР. Все это способствует развитию лечебно-оздоровительного туризма между регионами России и Китая.

Лечебно-оздоровительные услуги сегодня – это интеграция и обмен накопленным опытом, создание межнациональных регистров и баз данных.

В 2018 году более 200 иностранных граждан из Германии, Египта, Сербии, Болгарии, Турции воспользовались высокотехнологичной медицинской помощью Югры в рамках оздоровительных туров. Теперь рассмотрим наиболее большие санатории Югры, чтобы осветить инструменты продвижения их лечебно-оздоровительных туров на рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 03.07.2016) "О защите прав потребителей"
2. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (действующая редакция, 2016)
3. ГОСТ 28681.0-90 Стандартизация в сфере туристско-экскурсионного обслуживания
4. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ [Электронный ресурс]. Доступ через http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
5. Агеева, О. А. Управление развитием туризма в России / О. А. Агеева // Инновации и инвестиции. — 2018. — № 3. — С. 201–205.
6. Аренков, И.А. Маркетинговые исследования товарных рынков / И.А. Аренков. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – 72 с.
7. Артемова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма/ Е.Н.Артемова. – СПб.: Питер, 2016. – 336 с.
8. Балабанов И.Т. Экономика туризма/ И.Т.Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 382 с.
9. Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия. Учебник; Высшая школа/ Л.В.Баумгартен. - Москва, 2015. - 340 с.
10. Брашнов Д.Г. Основы индустрии гостеприимства/ Д.Г.Брашнов. – М.: МПСУ, 2016. – 371 с.
11. Брашнов Д.Г. Экономика гостиничного бизнеса/ Д.Г.Брашнов. – М.: Инфра-М, 2016. – 498 с.
12. Буйленко В.Ф. Туризм/ В.Ф.Буйленко. – Ростов на Дону.: Феникс, 2017. – 416 с.
13. Бурцева Т. Бюджет интегрированных систем маркетинговых коммуникаций/ Т.Бурцева// Маркетинг. – 2018. - №5. – С.43-49.
14. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг/ Г.А.Васильев. – М.: НИЦ Инфра-М, 2018. – 276 с.
15. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес/ Ю.Ф.Волков. - М.: Феникс, 2015. - 352 с.
16. Голова А.Г. Управление продажами/ А.Г.Голова. – М.: Дашков и К, 2018. – 277 с.
17. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации/ Е.Н.Голубкова. – М.: Юрайт, 2015. – 344 с.
18. Гостиничный менеджмент/ учебник. - М.: Кнорус, 2016. - 426 с.
19. Гридин А. Д. Безопасность и охрана труда в сфере гостиничного обслуживания. Практикум/ А.Д.Гридин. - М.: Академия, 2016. - 316 с.
20. Дементьева С.В. Отельный менеджмент/ С.В.Дементьева. - Ольборг: Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета, 2015. - 160 с.
21. Дмитриев Н.В. Экономика туристского рынка/ Н.В.Дмитриев. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 412 с.
22. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология/ М.Р.Душкина. – СПб.: Питер, 2017. – 302 с.
23. Елканова Е.И. Основы индустрии гостеприимства/ Е.И.Елканова. - М.: Дашков и Ко, 2019. - 248 с.
24. Еремин В.Н. Маркетинг/ В.Н.Еремин. – М.: Кнорус, 2019. – 648 с.
25. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности/ И.В.Зорин. – М.: Инфра-М, 2016. – 227 с.
26. Зорина Т.Г. Маркетинговые исследования/ Т.Г.Зорин. – Минск: БГЭУ, 2018. – 410 с.
27. Капон Н. Управление маркетингом/ Н.Капон. – СПб.: Питер, 2018. – 832 с.
28. Катлип С. Паблик рилейшенз. Теория и практика/ С.Катлин. – М.: Вильямс, 2016. – 624 с.
29. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности/ А.Б.Косолапов. – М.: Кнорус, 2017. – 280 с.
30. Кусков А.С. Гостиничное дело/ А.С.Кусков. - М.: Дашков и Ко, 2015. – 557 с.
31. Кусков А.С. Основы туризма/ А.С.Кусков. – М.: Кнорус, 2015. – 401 с.
32. Липсиц И.В. Основы маркетинга/ И.В.Липсиц. – ГеотарМедиа, 2018. – 208 с.
33. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации/ Е.И.Мазилкина. – М.: Дашков и К, 2017. – 256 с.
34. Медлик С. Гостиничный бизнес/ С.Медлик. – М.: Юнити-Дана, 2016. – 404 с.
35. Мелентьева Н.И. Маркетинговые коммуникации/ Н.И.Мелентьева. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2018. – 72 с.

36. Музыкант В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации/ В.Л.Музыкант. – М.: Инфра-М, 2016. – 216 с.
37. Наумов В.Н. Маркетинговые решения в розничной торговле/ В.Н.Наумов. – СПб.: Политехника-Сервис, 2018. – 198 с.
38. Романенкова О.Н. Маркетинговые коммуникации/ О.Н.Романенкова. – М.: Юрайт, 2017. – 456 с.
39. Романов А.А. Маркетинговые коммуникации/ А.А.Романов. – М.: Эксмо, 2016. – 432 с.
40. Ромат Е.В. Реклама/ Е.В.Ромат. – СПб.: Питер, 2017. – 508 с.
41. Сангинов Д. Ш. К вопросу о видах туризма / Д. Ш. Сангинов. – М.:Кнорус, 2019. – 554 с.
42. Синяева И.М. PR в сфере коммерции/ И.М.Синяева. – М.: Инфра-М, 2018. – 298 с.
43. Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации/ И.М.Синяева. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 504 с.
44. Синяева И.М. Маркетинг PR и рекламы/ И.М.Синяева. – М.: Юнити-Дана, 2019. – 496 с.
45. Синяева И.М. Маркетинговые коммуникации/ И.М.Синяева. – М.: Дашков и К, 2016. – 304 с.
46. Соловьев Б.А. Маркетинг/ Б.А.Соловьев. – М.: Инфра-М, 2018. – 335 с.
47. Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства/ Г.А.Яковлев. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 382 с.
48. Развитие оздоровительного туризма в ХМАО-Югра [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://www.dzhmao.ru/it2019/IT-56.pdf>
49. Санаторий-Профилакторий Газпром Трансгаз Югорск [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://gtyprofil.ru/>
50. Спутник [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://sputnik.travel/>
51. Кедровый Лог [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://sanatorsk.ru/sanatorium/russia/surgut/kedroviiy-log>
52. Санатории России [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://санатории-россии.рф/>
53. Минздрав России [Электронный ресурс]. Режим доступа https://minzdrav.gov.ru/regional_news/9306-s-nachala-goda-bolee-200-inostrannyh-grazhdan-proshli-lechenie-v-okruzhnom-kardiodispensere-surguta
54. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://tourism.gov.ru/contents/deyatelnost/mezhdunarodnaya-deyatelnost/vystavki/mezhdunarodnye-vystavki/>
55. Выставка «ЮграТур2019» [Электронный ресурс]. Режим доступа https://myopenugra.ru/news/society/vystavka_yugratur_2019_podvela_itogi/
56. Департамент здравоохранения Югры [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://www.dzhmao.ru/info/news/meditsinskiy-turizm-perspektivnoe-napravlenie-v-zdravookhraneni-yugry/>
57. Современное состояние туризма Югры [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://izron.ru/articles/razvitie-ekonomiki-i-menedzhmenta-v-sovremennom-mire-sbornik-nauchnykh-trudov-po-itogam-mezhdunarodn/sektsiya-2-ekonomika-i-upravlenie-narodnym-khozyaystvom-spetsialnost-08-00-05/sovremennoe-sostoyanie-turizma-khanty-mansiyskogo-avtonomnogo-okruga-yugra/>
58. О концепции развития внутреннего и въездного туризма в Югре [Электронный ресурс]. Режим доступа <https://docs.cntd.ru/document/468901176>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/137123>