

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и
культурного наследия

**«Проблема популяризации лечебно-оздоровительного туризма в
молодежной среде (на примере регионального рынка)»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки 4 курса 421 группы

направления 43.03.02 - «Туризм»

Института истории и международных отношений

Костюковой Екатерины Викторовны

Научный руководитель

доцент, к.э.н., доцент
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Е.В.Иванова
инициалы, фамилия

Заведующий кафедрой,
профессор, д.э.н., профессор
должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Т.В. Черевичко
инициалы, фамилия

Саратов 2017

Введение

Рынок лечебно-оздоровительного туризма России имеет слабую позицию. Сюда же относят лечебно-оздоровительный туризм Саратовской области, несмотря на то, что в области имеется большое количество природных лечебных ресурсов.

Посещаемость санаториев студентами особенно низка. Данная проблема сейчас актуальна и требует полного анализа причин непосещаемости и поиска способов привлечения молодых людей к услугам санаториев области. Главной причиной, по которой мы должны привлекать молодежь к услугам санаториев - поддержание здорового образа жизни. Это необходимо для того, чтобы предотвратить различные заболевания, в том числе и такие серьезные, как ДЦП, рак и другие, тем самым обеспечивая здоровье нации, как в настоящем времени, так и будущего поколения. К тому же, сейчас очень модно вести здоровый образ жизни и к счастью все большее количество людей стремятся к этому. Поэтому услуги санаториев, как один из методов поддержания здоровья послужат благоприятному воздействию на

Задачи выпускной квалификационной работы:

- рассмотреть понятие лечебно - оздоровительного туризма и его особенности;
- проанализировать существующую социальную рекламу здорового образа жизни;
- оценить существующие ресурсы, имеющиеся на территории Саратовской области, способствующие развитию лечебно - оздоровительного туризма;
- осуществить поиск туристических агентств, занимающихся продвижением услуг санаториев региона;
- изучить существующие санатории Саратовской области, их деятельность и особенности;
- выявить и проанализировать предпочтения молодежи в рекреации;

- определить более приоритетные способы и методы популяризации санаториев.

Объектом исследования являются санатории Саратовской области.

Предметом исследования являются услуги санаториев области, степень осведомленности студентов о данных услугах и их продвижение среди данного сегмента.

В данной выпускной квалификационной работе методом исследования является метод анкетирования студентов, метод интервью работников санаториев.

Основное содержание выпускной квалификационной работы

Лечебно-оздоровительный туризм представляет собой перемещение физических и юридических лиц в пределах и за пределами границ государства сроком не менее 20 ч и не более 6 мес. в целях оздоровления организма человека.

Лечебно-оздоровительный туризм имеет ряд отличительных черт. Во-первых, пребывание на курорте, вне зависимости от типа заболевания, должно быть длительным, не менее трех недель. Только в этом случае достигается желаемый оздоровительный эффект. Во-вторых, лечение на курортах стоит не дешево. Хотя в последнее время стали разрабатываться сравнительно недорогие туры, этот вид туризма рассчитан в основном на состоятельных клиентов, которые все больше ориентируются не на стандартный набор медицинских услуг, а на индивидуальную программу оздоровления. Еще одна особенность состоит в том, что на курорты едут люди старшей возрастной группы, когда обостряются хронические болезни или слабеющий организм не в силах справляться с каждодневными стрессами на работе и в быту. Соответственно эти туристы делают между курортами, специализирующимися на лечении конкретного заболевания, и курортами смешанного типа, которые оказывают общеукрепляющее воздействие на организм и способствуют восстановлению сил.

Таким образом, курортное лечение является важнейшим элементом современной медицины в борьбе за снижение заболеваемости населения, предупреждение инвалидности и, как следствие этого, сохранение и воспроизводство трудовых ресурсов. Время нетрудоспособности трудящихся после болезней в результате лечения на курортах сокращается в несколько раз, резко возрастает производительность труда. В этом и состоит главная социальная задача санаторно-курортного дела.

Восстановление общественных связей в данный момент становится актуальной проблемой общества, большое значение приобретают новые методы, помощью которых пользуются общество и социальные институты,

стремясь обеспечить как гомеостазис общества, так и личностное равновесие. К таким методам относится социальная реклама, поскольку помимо информационной функции, она имеет адаптивную и воспитательную функции. Цель такого типа рекламы - изменить отношение публики к какой-либо проблеме, а в долгосрочной перспективе - создать новые социальные ценности. Как правило, рекламодателями выступают госструктуры, они же и финансируют социальные проекты.

Социальную рекламу здорового образа жизни можно использовать как пропаганду использования лечебно-оздоровительных туров. По результатам множества опросов лечебно-оздоровительные туры, к сожалению, не так популярны среди молодых людей. Ведь, к примеру, санатории включают в себя огромный выбор услуг оздоровления и это не единственный их плюс. Пропагандируя здоровый образ жизни путем занятия спортом-это хороший подход, но отдых в санаториях это не только оздоровление организма, т.е. восстановление физического здоровья. Санатории способствуют духовному восстановлению, что не получит любой человек практически нигде. Таким образом, можно сделать вывод, что отдых в санаториях включает в себя совокупность условий, благоприятно влияющих на организм любого человека. И социальная реклама здорового образа жизни как никто другой сможет способствовать появлению большего интереса молодых людей к лечебно-оздоровительным турам.

Для того, чтобы развивать лечебно – оздоровительный туризм, необходимо наличие необходимых природных ресурсов для использования в лечебных целях. Саратовская область располагает большим количеством природных лечебных ресурсов для разных слоев населения. К настоящему времени в Саратовской области были выявлены десять месторождений лечебно-столовых вод и шестнадцать месторождений минеральных подземных вод. В районе села Чапаевка находятся месторождения минеральных вод и грязей, которые используются для лечения опорно-двигательного аппарата. Недалеко от Соколовой горы, в районе города

Саратова найден мощный источник сероводородных вод типа Мацеста. Концентрация солей в этом источнике около 10 %, которые содержат сероводород, бор, бром, йод, отличающиеся значительной радиоактивностью. На базе этих источников работают Саратовские и Чапаевские лечебницы. В Саратовской области также известны сульфидные иловые грязи Ершовского месторождения, которые используются во всех санаторно-курортных учреждениях Саратовской области.

В Саратовской области насчитывается около 12-15 санаториев: «Пады», «Светлана», «Волжские дали», «Черемшаны-1», «Октябрьское ущелье», «Мединтер», «Загреб», «СПЗ», «Электрон», «Салют», «Пугачевский», санаторий им. Чапаева, «Синяя птица». Самыми популярными санаториями Саратовской области являются: «ЗАО Санаторий Синяя птица», «Изумруд», «Волжские дали», «Октябрьское ущелье», «Светлана».

Практически все санатории являются многопрофильными. При применении различных природных факторов санатории помогают скорейшей реабилитации людей, пострадавших в результате болезни или несчастных случаев. Так же производится лечение органов дыхания, эндокринной, мочеполовой, нервной системы, заболевания уха, горла, носа, лечение псориаза и других кожных заболеваний, проводятся различные спа-программы и программы для очищения и омоложения организма. Помимо этого активно применяется лечение с помощью общих и местных ванн, это - травяные, минеральные, хвойные, углекислые, сульфатные и сульфидные. Имеются различные виды душа- душ Шарко, подводный душ-массаж, циркулярный и плавание в бассейне. Также используются виды грязелечения: грязевые ванны, процедуры грязевых аппликаций, гальваногрязь. Широко применяется физиотерапия которая включает в себя иглоукалывание, спелеотерапию, лазеротерапию и инфракрасное излучение, магнитотерапию и ингаляцию. По программам спа- процедур используется талласотерапия,

ароматерапия , стоун-терапия , музыкотерапия . Это все те программы, которые могут освежить внешний вид человека, и избавиться от стресса.

Услуги санаториев на Саратовском рынке в предложениях турфирм слабо продаваемы и продвигаемы. Анализируя турфирмы Саратовской области можно сделать вывод, что только около 10 турфирм области занимаются продажей путевок в санатории Саратовской области.

Чтобы определить положение туризма в сознании молодых людей, мною был проведен опрос среди студентов Саратовского Государственного университета, института истории и международных отношений. Общее количество участников опроса -100, 82 человека женского пола, 18-мужского. Большинство респондентов (70 человек) занимаются исключительно учебной деятельностью в вузе, 30 человек совмещают учебную и трудовую деятельность. Опрос был создан для того что бы подобрать качественный отдых для данного сегмента а также ориентируясь на запросы студентов мотивировать руководство санаториев к добавлению новых услуг и необходимой инфраструктуры, а также качественно популяризовать санатории Саратовской области, чтобы привлечь туда молодежь. В процессе опроса было выявлено, что молодым людям в процессе отдыха необходимо получать много новых эмоций, с применением активного вида отдыха, при помощи веселой компании, необычного, красивого места пребывания, тем самым познавая что – то новое. Также было выявлено, что больше половины студентов не посещают санатории саратовской области последующим причинам: они предпочитают другие виды отдыха и лечения, отсутствуют заболевания, нет возможностей, не имеют качественной информации о санаториях области. Поэтому возникает необходимость популяризовать санатории среди молодого поколения, рассказать о них больше информации, чем они владеют.

Предприятия санаторно-курортной сферы, а именно предприятия Саратовской области не могут похвастаться хорошей рекламой. Санатории не всегда заполнены посетителями, особенно молодежью. Поэтому возникает

необходимость в проведении рекламных кампаний, совершенствование старой и создание новой и качественной и эффективной рекламы. Поэтому данная работа будет основана на популяризации услуг Саратовских санаториев в молодежной среде. После рассмотрения каждого из самых популярных санаториев Саратовской области, можно выбрать три, которые будут в большем приоритете у Саратовской молодежи, чем остальные санатории. Приоритетными санаториями являются: Санаторий Волжские дали, Пугачевский и Санаторий им. В.И. Чапаева. Главным преимуществом санаториев состоит в том, что в они предоставляют не только лечение, оздоровление, путем современных методов, но и также комплекс досуговых мероприятий, которые, как мы выяснили, важны для молодых людей. Также данные санатории имеют более низкие цены, что является еще одним преимуществом перед другими санаториями.

Санаторий Волжские дали преимущественно посещают работники железнодорожного транспорта. Также посещают студенты и школьники, но причиной является участие в соревнованиях, мероприятиях, конференциях и, как правило, они проводятся в летний период. Ниже представлена таблица с точными значениями посещаемости санатория в определенный период времени года (информация представлена за 2016 год).

Таблица №1. Показатели посещаемости разных возрастных групп на протяжении года.

возраст	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
0-3	0,4%	0,9%	0,3%	0,3%	0,3%	0,6%	1,5%	1,5%	0,6%	0,6%	0,3%	0,3%
4-6	4%	4,3%	2,2%	1,9%	1%	5,7%	6,2%	6,2%	0,6%	0,6%	0,3%	0,3%
7-13	9,9%	5,8%	5,2%	6,6%	4,7%	9,8%	11,9%	11,9%	3,3%	3,3%	5,8%	5,8%
14-17	2,3%	0,9%	2,4%	9,4%	0%	2,8%	2,5%	2,5%	0,6%	0,6%	2,4%	2,4%
18-30	22,7%	19,4%	11,3%	1,9%	13,6%	11,5%	14,2%	14,2%	26,6%	26,6%	1,2%	1,2%
31-39	17,9%	26,4%	10,9%	37,5%	16,9%	16,9%	19,4%	19,4%	20,9%	20,9%	14,2%	14,2%
40-55	25,5%	17,4%	25,8%	22,3%	27,2%	24,3%	21,5%	21,5%	18,4%	18,4%	29,2%	29,2%
56 и выше	17,3%	24,9%	19,4%	0,3%	36,2%	28,5%	28,5%	22,8%	22,8%	28,4%	33,1%	33,1%

Социально-оздоровительный центр "Пугачевский" выполняет государственное задание, а именно в течение года по утвержденному графику заездов на 18 дней приезжают пенсионеры (отделение Медико-социальной реабилитации, за год обслуживается 770 чел.); несовершеннолетние дети и сопровождающие их (отделение "Мать и дитя"), (за год обслуживается 660 чел.); дети от 6 до 17 лет (организация отдыха детей и молодежи) (данная категория получателей социальных услуг приезжает только в летний каникулярный период на 21 день. Для них отдых организуется в 4 смены по 150 чел. в каждой, всего отдыхает 600 чел.). Также посещают другие граждане, имеющие право на получение социальной путевки. Помимо гос. задание оказываются санаторно-курортное лечение для всех категорий граждан. В летний период максимальная вместимость 300 мест.

Летом в санатории имени В.И. функционирует детский оздоровительный лагерь, который собирает 700 человек. С детьми работает музыкальный руководитель. В зимний период дети не посещают данный санаторий. Больше количество посетителей – пенсионеры. Для них также предусмотрена развлекательная программа, организуемая культмассовым работником санатория. В зимний, осенний, весенний период санаторий заполнен не более чем на 60%. Студенты в данный санаторий не приезжают.

Средствами продвижения санаториев будут являться листовки и реклама на телевидении на канале ТНТ Саратов (т.к. канал ТНТ Саратов популярен среди молодежи). Осуществляться данный план деятельности по популяризации санаториев, будет за 6 месяцев до летних каникул, т.е в январе. Создание групп в соц. сетях – самое экономичное, но затратное по времени средство рекламы. Оно также является эффективны т.к сейчас практически вся молодежь пользуется социальными сетями. Также предполагается размещение рекламы в фитнес- центре Forteclub: трансляция видео роликов на 11 FitTV- панелях, POS- материалы, т.е. размещение буклетов, листовок до 1000 экз. на территории центра, демонстрация

рекламных сообщений на 50-web экранах в тренажерном и кардиозале, размещение рекламы на сайте Forteclub, размещение рекламы в журнале (4 полосы).

Помимо представленных способов привлечения внимания к услугам санаториев Саратовской области, предлагается метод розыгрыша бесплатной путевки в санаторий Волжские дали. Данный розыгрыш будет проходить в форме игры, организованной студентами, которые состоят в студенческом совете в вузах города Саратова. Целесообразнее проводить ее на длительных перерывах между занятиями, на самой главной и проходимой площадке университета. Цель данной игры - оценить существующие знания студентов о санаториях Саратовской области, тем самым повысить знания не только участников, но и студентов находящихся в роли слушателей, также заинтересовать их и побудить к поездке в санаторий. Участвовать в розыгрыше сможет любой желающий. Суть игры заключается в том, что отбирается 10 участников и им задаются вопросы о санаториях Саратовской области. Победителем становится тот, кто быстро среагировал и ответил правильно на большинство вопросов. Ему вручается приз в виде сертификата на бесплатную путевку в санаторий Волжские дали на 5 дней. Остальным участникам игры вручается сертификат на бесплатное трехчасовое посещение бассейна в санаториях им. В.И Чапаева и Пугачевский. Данная игра позволяет привлечь часть молодых людей к совершению поездки в санаторий. Помимо этого проинформировать слушающую аудиторию о преимуществах санаториев области, что может также побудить их к поездке. Данную игру можно также проводить в общежитиях, где проживают студенты.

Таким образом, можно подсчитать сумму, необходимую на продвижение услуг санаториев.

Таблица №2. Общая стоимость рекламы санаториев.

Средство продвижения	Сумма (в рублях)
----------------------	------------------

1.Реклама в фитнес-центреForteclub	400 000
2.Реклама на телевидении (ТНТ Саратов)	30 000
3.Изготовление листовок + реализация	3 350
4.Классическая путевка в санаторий Волжские дали	11 250
Реклама в соц. сетях	0
Итого	444 600

Вложив финансовые средства в продвижение своего санатория, предприятие завоеует необходимую аудиторию, что приведет к увеличению дохода предприятия, становлению имиджа и к появлению большего количества постоянных клиентов.

Заключение

Приведенные средства продвижения услуг санаториев Саратовской области помогут поменять в сознании молодых людей представление о санаториях и побудить их к совершению поездки. Социальный эффект услуг санаториев достаточно высок. Данная работа была направлена на привлечение молодежи к услугам санаториев, тем самым побуждая молодых людей к поддержанию здорового образа жизни.

Таким образом, в данной выпускной квалификационной работе были выполнены следующие задачи:

- рассмотрено понятие лечебно - оздоровительного туризма и его особенности;

- проанализирована существующая социальная реклама здорового образа жизни;

- оценены существующие ресурсы, имеющиеся на территории Саратовской области, способствующие развитию лечебно - оздоровительного туризма;

- осуществлен поиск туристических агентств, занимающихся продвижением услуг санаториев региона;

- изучены существующие санатории Саратовской области, их деятельность и особенности;

- выявлены и проанализированы предпочтения молодежи в рекреации.