

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА) – **«Медицинский туризм как перспективное направление деятельности российских туроператоров на примере Калининградской области».**

Слайд 2

Целью представленной работы является выявление специфики развития медицинского туризма в России и разработка нового продукта (на базе Калининградской области).

Достижению цели способствовали задачи исследования, представленные на слайде презентации.

Слайд 3

Разрабатывается групповой офтальмологический тур в «Центр лазерной микрохирургии глаза» (ЦЛМГ) г.Калининград.

Цель тура – оказания специализированной офтальмологической помощи (лазерная коррекция зрения) на базе высокотехнологичного медицинского центра для широкого круга лиц.

Тур разрабатывается для российского туроператора или специализированного агентства, но может быть предложен и иностранным туроператором из соседних с Калининградской областью государств: Белоруссия, Литва, Польша.

Выбор медицинского центра обусловлен высоким качеством обслуживания в ЦЛМГ в г.Калининград, известностью бренда, удобством размещения. Город Калининград находится на западе России и граничит со странами ЕС. Потому подходит для клиентов, как из России, так и СНГ, и Европы.

Основная цель Центра - разработка и быстрое внедрение в медицинскую практику передовых методов диагностики и лечения глазных заболеваний, создание необходимых для этого технологий и в то же время решение важной социальной задачи - сделать эти достижения доступными для жителей всех регионов России.

Слайд 4

В рамках тура предлагаются две экскурсии:

1. Куршская коса: пешеходный маршрут «Танцующий лес» – пешеходный маршрут на смотровую площадку «Высота Эфа». Куршская коса — уникальный уголок планеты Земля. Узкой полосой разделяет она соленое Балтийское море и пресноводный Куршский залив. На территории национального парка находятся три поселка: Лесное, Рыбачий и Морское. По своим габаритам, протяженности и высотным отметкам дюн, по красоте ландшафтов, богатству флоры и фауны, Куршская коса среди подобных образований в Европе не имеет аналогов. Это один из самых известных и посещаемых туристических центров. Туристов привлекает необычайно чистая природа, самые высокие в Европе дюны. Тут растут редкие

растения, которые не встретишь больше нигде в мире. В здешних лесах водится много диких животных и редких птиц.

2. Экскурсия по Калининграду с осмотром оборонительных сооружений города. Экскурсий по Калининграду много, с различными вариациями.

Слайд 5

Рассмотрим расчет стоимости более подробно.

1. Стоимость транспортного обслуживания составляет 1800 руб. с человека или 9000 руб. для группы из 5 человек.
2. Центр лазерной микрохирургии глаза предлагает клиентам стационар и питание. При стандартном сроке лечения 5 дней - общая сумма расходов по этой статье для человека составит 3950 руб., или 19 750 руб. с группы.
3. Общая стоимость всех медицинских услуг для данного тура составит 28 980 руб. с человека или 144 900 руб. с группы.
4. Тур предполагает экскурсионную программу, в рамках обязательных прогулок, которые предусматривает лечение.

Предлагаются две экскурсии:

- Экскурсия на Куршскую косу по цене 200 руб. с человека.
- Экскурсия по Калининграду – 150 руб. с человека.

В итоге стоимость прямых расходов тура составила 35 080 руб. на человека или 175 400 руб. с группы. К этой базовой стоимости следует добавить косвенные расходы (5% от суммы прямых расходов), комиссию турагентства (10%) и величину надбавки турфирмы (15%). Итоговая стоимость офтальмологического тура в Калининград составит 46 000 руб. с человека или 230 тыс. руб. с группы из 5 человек.

Слайд 6

Для продвижения офтальмологического тура в Калининград на рынке России планируется использовать следующие способы продвижения турпродукта:

- работа с агентствами (турфирмы посредники);
- реклама (в периодических изданиях, на радио, в сети Интернет, печатная рекламная продукция);
- стимулирование потребителей (дисконтные карты, скидки).

Слайд 7

Для продвижения тура фирмам предлагается использовать различные скидки. Для офтальмологических тура можно предложить следующую систему скидок:

- скидки сезонные;
- семейные скидки;
- групповые;
- детские;
- специальные (для тех, кто владеет картой постоянного клиента).

Компании, работающие на рынке медицинского туризма, используют систему скидок, которую обозначает цвет карты. Так, например, серебряная скидка (3%) предоставляется при выполнении одного из условий:

- повторное бронирование тура в компании;
- бронирование через интернет;
- раннее бронирование (бронирование и оплата за 45 дней до выезда и ранее);
- если у кого-то из участников поездки на даты тура приходится день рождения.

Золотая скидка (5%) предоставляется при одновременном выполнении двух и более из перечисленных выше условий.

Слайд 8

Еще один механизм поддержки продаж - это карта постоянного клиента. Карта постоянного клиента - это не только дополнительные бесплатные услуги, но и скидка. Стабильная работа компании способствует появлению постоянных клиентов, которыми компания очень дорожит, и, поэтому, предлагает им лучшие цены. Накопительная карта накапливает дисконт, что позволяет получить больший размер скидки при последующих обращениях к нам.

Карта постоянного клиента представляет собой персонифицированную пластиковую карту и является официальным неплатежным документом для получения скидки.

Слайд 9

Разработан шестидневный специализированный тур, включающий полный комплекс медицинских услуг (консультация, диагностика, операция, постоперационное наблюдение), а также услуги проживания и питание, экскурсионные услуги. Организуется трансфер пациентов от железнодорожной станции до ЦЛМГ. Весь комплекс базовых услуг реализуется на базе ЦЛМГ, где имеется стационар. Тур предусматривает программу восстановления – экскурсионная программа.

Расчет стоимости тура показал, что самой затратной является статья «медицинские услуги», при умеренной стоимости остальных. Стоимость медицинских услуг включает полный комплекс: консультация, полная диагностика, лазерная операция, послеоперационное обслуживание.

Для продвижения офтальмологического тура предлагается использовать работу с агентствами; разработать рекламную кампанию (в периодических изданиях, на радио, в сети Интернет, в печатной рекламной продукции); стимулировать потребителей (дисконтные карты, скидки). Предлагается разработать рекламную кампанию в Интернете, с целью продвижение на рынке туристских ресурсов, и прежде всего медицинских туров, при этом, особое значение должно быть уделено медицинскому туризму, т.к. в настоящее время, отмечается дефицит подобных туров.

Слайд 10

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.