

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра историко-культурного наследия

Допущено к защите

Заведующий кафедрой

_____ А.О. Васильченко

_____ 20__

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

”Формирование и продвижение имиджа туристской территории (на примере восточного региона Беларуси)”

Студент

ТиГ, 4 курс, гр. 14ТГ-1

подпись

Светлана Николаевна Картынник

_____ 20__

Научный руководитель

Доцент, к.э.н.

подпись

Елена Александровна Гречишкина

_____ 20__

ПИНСК 2018

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 103 страницы, 28 таблиц, 6 рисунков, 7 приложений, 69 источников, 6 приложений.

ИМИДЖ, ОБРАЗ, БРЕНДИНГ, ПРИНЦИПЫ, ЭТАПЫ, МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕТОДЫ, ТУРИСТИЧЕСКАЯ ТЕРРИТОРИЯ, ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, SWOT-АНАЛИЗ, PEST-АНАЛИЗ, ПРОДВИЖЕНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Объектом исследования является восточный регион Республики Беларусь, а именно Гомельская и Могилевская области.

Предметом исследования является туристическая привлекательность восточного региона Беларуси.

Целью дипломной работы является разработка мероприятий по продвижению имиджа восточного региона Беларуси для популяризации и привлечения большего числа туристов на основе оценки туристической привлекательности региона.

При написании данной работы были использованы методы теоретического, сравнительного, экономического анализа.

В соответствие с целью определены следующие задачи исследования:

- изучить понятия, виды и особенности имиджа, образа и брендинга туристической территории;
- рассмотреть основные принципы и этапы формирования туристического имиджа территории;
- изучить маркетинговые методы формирования имиджа туристической территории;
- охарактеризовать организационную структуру и проанализировать экономическую деятельность туристического предприятия ООО "Колесо путешествий";
- дать оценку туристического потенциала и исследовать его влияние на имидж восточного региона Беларуси;
- провести PEST-анализ и SWOT-анализ восточного региона Беларуси;
- выявить основные факторы формирования и развития туризма в восточном регионе Беларуси;
- разработать мероприятия по продвижению имиджа восточного региона Беларуси;
- экономически обосновать предлагаемые мероприятия по продвижению имиджа восточного региона Беларуси.

В ходе выполнения данной работы были изучены основные понятия имиджа, образа и брендинга региона, проанализирован туристический потенциал и

его влияние на имидж восточного региона Беларуси, а также разработаны мероприятия по продвижению имиджа восточного региона Беларуси.

Для формирования и продвижения узнаваемого имиджа восточного региона рекомендуется провести следующие мероприятия: разработать показательный туристический маршрут; составить план региональных мероприятий на ближайшие 2-3 года; провести социологический опрос населения для выявления проблем, препятствующих формированию положительного туристического имиджа восточного региона; рассмотреть возможность представления регионального турпродукта на туристической выставке в г. Минске, проведение ежегодных фестивалей; разработать туристический интернет-портал восточного региона и др.

Область применения. Разработанный туристический маршрут "Восточная Беларусь" был применен в деятельности туристического предприятия ООО "Колесо путешествий".

Практическая значимость результатов дипломной работы заключается в разработке ряда мероприятий и формировании культурно-познавательного тура "Восточная Беларусь" для привлечения большего числа туристов и развития туризма в восточном регионе, что позволит создать положительный туристический имидж и обеспечить устойчивое региональное развитие территории.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

Подпись студента

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ ИМИДЖА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ТЕРРИТОРИИ.....	10
1.1 Имидж, образ и брендинг туристической территории: понятие, виды и особенности.....	10
1.2 Основные принципы и этапы формирования туристского имиджа территории	18
1.3 Маркетинговые методы формирования имиджа туристских территорий.....	21
ГЛАВА 2 ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА И ИМИДЖА ВОСТОЧНОГО РЕГИОНА БЕЛАРУСИ.....	32
2.1 Организационно-экономическая характеристика туристического предприятия ООО "Колесо путешествий"	32
2.2 Оценка туристического потенциала и его влияние на имидж восточного региона Беларуси.....	53
2.3 PEST-анализ и SWOT-анализ восточного региона Беларуси.....	65
ГЛАВА 3 ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ИМИДЖА ВОСТОЧНОГО РЕГИОНА БЕЛАРУСИ	80
3.1 Разработка мероприятий по продвижению имиджа восточного региона Беларуси	80
3.2 Экономическое обоснование предлагаемых мероприятий по продвижению имиджа восточного региона Беларуси	89
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	94
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	97
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	103

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Чувакова, С.Г. Имидж региона и теоретические подходы к его классификации / С. Г. Чувакова, М. В. Сбусина // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – №17. – С. 43-47.
2. Панасюк, А.Ю. Имидж. Энциклопедический словарь / А. Ю. Панасюк. – М.: РИПОЛ классик, 2007. – 768 с.
3. UNWTO World Tourism Organization [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org>. – Дата доступа: 06.04.2018
4. Осипов, Г.В. Социологический энциклопедический словарь / Г. В. Осипов. – М.: НОРМА–ИНФРА, 2000. – 488 с.
5. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А. П. Дурович. – 6-е изд., стер. – Минск: Новое здание, 2006. – 496 с.
6. Важенина, И.С. Имидж и репутация территории / И. С. Важенина // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 23. – С. 2-12.
7. Бианкина, А.О. Маркетинг территорий по направлению подготовки 38.03.04.62 Государственное и муниципальное управление: учебное пособие для бакалавров / А. О. Бианкина [и др.]; под общ. ред. А. О. Бианкина. – Москва: МИСАО, 2015. – 269 с.
8. Важенина, И.С. Имидж и бренд региона: сущность и особенности формирования / И. С. Важенина // Экономика региона. – 2008. – №1 (13). – С. 49-57.
9. Имидж территории и его составляющие (Часть 1) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://evgenysolomin.livejournal.com/169676.html>. – Дата доступа: 07.04.2018.
10. Истоки формирования имиджа территории и влияние истории на сегодняшний имидж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://taby27.ru>. – Дата доступа: 07.04.2018.
11. Шаталов, Г.Н. Образ, имидж, бренд и репутация региона – что это такое? [Электронный ресурс] / Г. Н. Шаталов // Омское региональное информационное агентство, 2011. – Режим доступа: <http://nb-media.ru/main.php?id=1&nid=1378>. – Дата доступа: 07.04.2018.
12. Краткий словарь по брендингу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bizbook.online/book-marketing/kratkiy-slovar-breningu-120001.html>. – Дата доступа: 09.04.2018.
13. Матюк, И.А. Брендинг территории. Необходимо ли разрабатывать бренд территории? / И. А. Матюк // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2017. – №3. – С. 66-68.

14. Кузнецова, А.В. Формирование и развитие региональных брендов: разработка стратегий развития / А. В. Кузнецова // Регионология. – 2008. – №3. – С. 5-7.

15. Маркетинг мест. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге / Котлер Ф. [и др.]; под общ. ред. Котлер Ф., 2005. – 396 с.

16. Брендинг региона и туристической дестинации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.adload.ru/page/mark2_22.htm. – Дата доступа: 09.04.2018.

17. Крашкина, Л.И. Проблемы формирования туристского имиджа региона [Электронный ресурс] / Л. И. Крашкина // Имиджелогия: развитие и продвижение территорий: Материалы Девятого Международного симпозиума по имиджелогии, 2011. – Режим доступа: <https://www.deims.ru/tour-image3.html>. – Дата доступа: 12.04.2018.

18. Эрдынеев, Б.Ю. Стратегия формирования имиджа города: основные принципы и этапы / Б. Ю. Эрдынеев // Материалы научно-практической конференции ”Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы“, Екатеринбург, 2012. – С. 251-254.

19. Стась, А.К. Брендинг регионов: как бренд региона способствует продвижению продуктов и услуг предприятий на межрегиональном и экспортном рынке / А. К. Стась // Stas Marketing: группа компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stasmarketing.ru/images/presentations/4s.pdf>. – Дата доступа: 12.04.2018

20. Тихонова, Н.С. Необходимость стратегического планирования территории в условиях рынка / Н. С. Тихонова // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2007. – № 1 (49) – С. 34-38.

21. Лукашенко, М.А. PR: технология и практика: учебник / М. А Лукашенко. – 1-е изд. – Москва, 2010. – 328 с.

22. Основные этапы и средства формирования имиджа территории [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/1882646/turizm/osnovnye_etapy_sredstva_formirovaniya_imidzha_territorii. – Дата доступа: 12.04.2018

23. Закиуллина, А. Факторы, влияющие на имидж региона [Электронный ресурс] / А. Закиуллина. – Режим доступа: https://works.doklad.ru/view/_ykQDK7Sh6o.html. – Дата доступа: 12.04.2018

24. Горохов, А.Ф. Методические положения по формированию бренда туристической дестинации / А. Ф. Горохов // Проблемы современной экономики. – 2006. – №3(19) – С. 386-389.

25. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: зачем, кому и какой нужен маркетинг территорий [Электронный ресурс] / А. П. Панкрухин. – Режим

доступа: <https://www.marketing.spb.ru/lib-special/regions/territory/1.htm>. – Дата доступа: 18.04.2018.

26. Stas Marketing: стратегия, маркетинг, брендинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stasmarketing.ru>. – Дата доступа: 18.04.2018.

27. Зорин, И.В. Экономика туризма: Учебник / И. В. Зорин. – Москва: “Финансы и статистка“, 2002. – 400 с.

28. Джанджугазова, Е.А. Маркетинговые метода формирования имиджа туристической территории (на примере Смоленской области) / Е. А. Джанджугазова, В. В. Лапочкина // Современные проблемы сервиса и туризма – 2007. – №2. – С.39-49.

29. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристических территорий: учеб. пособие / Е. А. Джанджугазова. – М.: ИЦ ”Академия“, 2006. – 224 с.

30. Оценка эффективности брендинга территории [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/nikiforova2.htm. – Дата доступа: 09.05.2018.

31. Единый государственный регистр юридических лиц и индивидуальных предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://egr.gov.by/egrm/index.jsp?content=Find>. – Дата доступа: 09.05.2018.

32. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.). – Минск: Амалфея, 2005. – 48 с.

33. Гражданский кодекс Республики Беларусь, 7 декабря 1998 г. № 218-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://гражданский-кодекс.бел>. – Дата доступа: 09.05.2018.

34. О хозяйственных обществах: Закон Республики Беларусь, 9 декабря 1992 г. № 2020-ХП [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=V19202020>. – Дата доступа: 09.05.2018.

35. О туризме: Закон Республики Беларусь, 25 ноября 1999 г., 326-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru/> Дата доступа: 09.05.2018.

36. О внесении изменений и дополнений в Правила автомобильных перевозок пассажиров в Республике Беларусь: Постановление Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь от 13 апреля 2006 г. №11 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newbelarus.by-ru.info/pravo/temy/tema27/glav/docm0129.html>. – Дата доступа: 09.05.2018.

37. Нормативно правовые акты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sporteducation.by/normativnye_dokumenty. – Дата доступа: 09.05.2018.

38. Штатное расписание организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.kulichki.com/dop/otdk/otdk1405.htm>. – Дата доступа: 09.05.2018.

39. Трудовой кодекс Республики Беларусь, 26 июля 1999 г. № 296-3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://etalonline.by/PrintText.aspx?regnum=НК9900296> Дата доступа: 09.05.2018.

40. Манцерова, Т.Ф. Экономика труда: практикум для студентов специальности 1-27 01 01 "Экономика и организация производства" / сост. Т. Ф. Манцерова и И. Э. Василевская; кол. авт. Белорусский национальный технический университет, Кафедра "Экономика и организация энергетики". – Минск: БНТУ, 2016. – 66 с.

41. Байнев, В.Ф. Экономика предприятия и организация производства: Учеб. пособие / В. Ф. Байнев – Мн.: БГУ, 2003. – 205 с.

42. Кривов, С.В. Определение туристической привлекательности региона Нижегородская область: методики анализа [Электронный ресурс] / С. В. Кривов – Режим доступа: <http://www.unn.ru/pages/e-library/methodmaterial/files/162.pdf>. – Дата доступа: 10.05.2018.

43. О развитии туризма, деятельности туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2017 год: статистический бюллетень / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2018. – 36 с.

44. Гомельская область в цифрах. Статистический ежегодник Гомельской области / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Гомель: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017. – 84 с.

45. Лацкевич, Н.В. Туристический потенциал Гомельской области и перспективы его развития / Н. В. Лацкевич, М. С. Бракоренко // Социально-экономические и финансовые механизмы обеспечения инновационного развития экономики : тез. докл. IV межд. науч.-практ. конф. – Минск: ГИУСТ БГУ, 2014. – С. 44-45.

46. Могилевская область в цифрах. Статистический ежегодник Могилевской области / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Могилев: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017. – 84 с.

47. Байбардина, Т.Н. Проблемы и приоритеты продвижения туристских услуг на рынке Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, В. Я. Лукомская // Туризм как приоритетное направление социально-экономического развития региона: материалы международной научно-практической конференции – Черновцы, 23–24 апреля 2015 г. / Черновицкий торгово-экономический институт КНТЕУ. – Черновцы, 2015. – С. 159-161.

48. Байбардина, Т.Н. Агротуризм как стратегический ресурс формирования и укрепления имиджа потребительской кооперации Республики Беларусь / Т. Н. Байбардина, Н. П. Лапицкая // Потребит. кооп. – 2012. – № 2 (37). – С. 21-26.

49. Управление спорта и туризма Могилевского облисполкома [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fst.by/tourism>. – Дата доступа: 11.05.2018.

50. Мосько, Т. В. Оценка современного использования туристско-рекреационного потенциала Гомельской области / Т. В. Мосько // Весці БДПУ – 2015. – №3. – С. 31-35.

51. Интернет-портал Гомельской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mednapravlenie.ru> – Дата доступа: 11.05.2018.

52. Байбардина, Т.Н. Развитие туризма в Гомельской области / Т. Н. Байбардина, Н. В. Лацкевич, Н. Е. Каруби // Событийный туризм – основа реализации туристского потенциала территорий: актуальные задачи, проблемы и перспективы развития: материалы международной научно-практической интернет-конференции с международным участием в рамках V фестиваля туризма в г. Белгороде, 24–25 сентября 2016 года / Автономная некоммерческая организация высшего образования ”Белгородский университет кооперации, экономики и права“. – Белгород, 2016. – С. 122-123.

53. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск: Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2017. – 83 с.

54. 10 примеров успешного ребрендинга городов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article110534.htm>. – Дата доступа: 11.05.2018.

55. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров / Д. В. Тюрин. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 342 с.

56. Государственная программа ”Беларусь гостеприимная“ на 2016-2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mst.by/ru/programma-razvitiya-turizma-ru/>. – Дата доступа: 15.05.2018.

57. Указ Президента Республики Беларусь № 8 ”Об установлении безвизового порядка въезда и выезда иностранных граждан“ от 9 января 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pravo.by/upload/docs/op/P31700008_1484082000.pdf. – Дата доступа: 15.05.2018.

58. Ганский, В.А. Формирование привлекательного имиджа региона в системе рационального использования историко-культурного наследия / В. А. Ганский // Экономическая теория в XXI веке: поиск эффективных механизмов хозяйствования: материалы II международной научно-практической

конференции (Полоцк, 20–21 окт. 2016 г.) / под ред. И. В. Зеньковой; Министерство образования Р. Беларусь, Полоцкий государственный университет. – Новополоцк: ПГУ, 2016. – Ч. 2. – С. 228.

59. Проект “Стратегия развития агроэкотуризма (сельского и экологического туризма) на территории Славгородского района Могилевской области на период до 2030 года” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://slavtourism.com/sites/default/files/languages/text/proekt_strategii_razvitiya_agroekoturizma_slavgorodskogo_rayona.pdf. – Дата доступа: 15.05.2018.

60. Проект ЕС “Поддержка устойчивого развития туризма в Беларуси” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stdbelarus.com/index.php/ru/>. – Дата доступа: 15.05.2018.

61. Квартальнов, В.А. Туризм: учебник для образ. учреждений туристского профиля / В. А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.

62. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий: маркетинг региона / А. П. Панкрухин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №2 – С. 9-11.

63. Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 23 января 2009 г. № 2 “Об утверждении методических рекомендаций по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости туристических услуг“. Введ. 23.01.09. – Минск: Министерство спорта и туризма, 2009. – 20 с.

64. Выставочное оборудование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belexpo.by/uslugi/vystavochnoe-oborudovanie/>. – Дата доступа: 20.05.2018.

65. Штендеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://printminsk.by/shtender/>. – Дата доступа: 20.05.2018.

66. ООО “Студия печати ”7Треф“ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://7tref.by/p4567887-listovka.html>. – Дата доступа: 21.11.2017.

67. Реклама на радио “Unistar” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://r.unistar.by>. – Дата доступа: 21.11.2017.

68. Среднесуточный охват радиостанций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.megapolis-reklama.by/uslugi/reklama-na-radio/yunistar.html>. – Дата доступа: 21.11.2017