

АНАЛИЗ САНАТОРНО–КУРОРТНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.А. Годуйко, П.В. Бек, 2 курс

Научный руководитель – А.Н. Яковлев, к.п.н., доцент

Полесский государственный университет

Санаторно–курортное лечение – один из важных аспектов социальной политики нашей страны. Его роль в республике хорошо понимают как врачи лечебно–профилактических и санаторно–курортных учреждений, так и само руководство страны. С первого января 2007 года вступил в силу указ Президента РБ от 28.08.2006 года №542 «О санаторно–курортном лечении и оздоровлении населения», который регулирует порядок обеспечения путевками всех категорий граждан. Особое внимание уделяется санаторно–курортному лечению детей в соответствии с Президентской программой «Дети Беларуси», подпрограммами «Дети Чернобыля», «Дети инвалиды».

Проблемы санаторно–курортного лечения изучали такие ученые, как Е.Е. Сухарев, И.С. Барчуков, А.Г. Сердюков, И.Н. Тюрин, В.М. Боголюбов, Д.Г. Решетников. Этими учеными не была рассмотрена проблема отсутствия рекламы санаторно–курортного лечения, как со стороны государства, так и со стороны части лиц, что приводит к снижению туристических потоков.

Целью работы является анализ статистики санаторно–курортного лечения Республики Беларусь и выявление проблемы слабой работы маркетингового отдела.

Республика Беларусь – один из наиболее благоприятных регионов для санаторно–курортного лечения. Для реализации государственной политики в области санаторно–курортного лечения лечебным организациям потребовались новые концептуальные подходы дальнейшего развития и совершенствования системы.

Республиканским центром по оздоровлению и санаторно–курортного лечению населения израсходовано 198,3 млрд. рублей (до деноминации) из средств республиканского бюджета и госу-

дарственного социального страхования и организовано санаторно–курортное лечение и оздоровление 1066,7 тыс. чел в 2015 году.

Санаторно–курортные учреждения на территории Республики Беларусь распределяются непропорционально. Это объясняется наличием природно–рекреационного потенциала не во всех местах Беларуси. Лидирующей областью по санаторно–курортному лечению является Минская. Анализ статистических показателей позволяет выявить регионы с наиболее интенсивными потоками туристов (Минская и Гомельская), со средними показателями (Брестская и Гродненская) и с низкими (Могилевская).

За 2015 год количество учреждений санаторно–курортного типа составило 334. Реализация путевок составляет 570000, что на 223000 больше, чем в 2006 году. Количество иностранных клиентов – 240000 чел.

Основную часть туристических потоков составляют на 70–80% граждане Беларуси, остальные 30% – иностранные граждане. За последние 10 лет число иностранных туристов увеличилось более чем в 100 раз.

Как было сказано ранее, большое внимание уделяется организации санаторно–курортного лечения детей и людей, пострадавших в ЧАЭС. На сегодняшний день санаторно–курортная база РБ насчитывает 7 детских санаториев на 1900 мест и 12 детских реабилитационно–оздоровительных центров на 4200 мест.

С 2006 г. значительно увеличился спрос на путевки, но проблема слабого маркетинга остается открытой, так как наша страна использует устаревшие виды рекламы. К ним можно отнести радиорекламу, телерекламу и распространение с помощью профсоюзов. Но эти виды рекламы недостаточно эффективны. Современная техника сильно продвинулась за последние несколько лет и, чтобы привлечь туристов, недостаточно того спектра реклам, которые на данный момент у нас есть. Наиболее эффективным будет считаться реклама в сети интернет, так как люди большую часть времени проводят в интернете и узнают оттуда о последних новостях. Наша страна начала использовать такой метод, как продвижение путевок через группы в социальных сетях. Таким образом, они предоставляют полную информацию о санатории, потенциальные потребители могут просмотреть фотографии и ознакомиться с отзывами. Также эффективно применение реклам–баннеров или вирусных реклам. Человек, не думая посетить какой–либо санаторий, увидев рекламу, подсознательно начинает задумываться о приобретении путевки. Создаются сайты и порталы, где можно найти нужную информацию о курорте и купить путевку, не вставая при этом с места.

Таким образом, успех нашей страны в сфере санаторно–курортного оздоровления напрямую зависит от рекламы. При правильном маркетинге свободная реализация путевок возрастает в несколько раз. Главное, хорошо изучить спрос на товарном рынке и потребности потребителей, чем и занимается отдел маркетинга.

Список использованных источников

1. Мазур, Н.В. Санаторно–курортные организации РБ/сост.: Н.В.Мазур, В.С. Улащик, Э.С. Кашицкий. – Минск, 2007. – 207 с.
2. Сухарев, Е.Е. Курортное дело: учеб. пособие. – М.: Омега – Л, 2008. – 192 с.
3. Сердюков, А.Г. Санаторно–курортное дело: учебник/ Г.И.Молчанов, Н.Г. Бондаренко, И.Н. Дегтярева, Л.М. Кубалова, А.А. Молчанов; под ред. проф. Г.И.Молчанова. – М.: Альфа–М: ИНФРА–М, 2015. – 400 с.