

Литература

1. Кабушкин, Н. И. Менеджмент туризма : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. — Минск : БГЭУ, 1999. — С. 163-164.

2. Система мотивации труда персонала индустрии сервиса и туризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lib.sale/management-turizme-knigi/sistema-motivatsii-truda-personala-industrii-40718.html>. — Дата доступа: 19.02.2017.

А.С. Дятлова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

<http://edoc.bseu.by>

ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одной из основных тенденций нашего времени стало расширение сферы сервиса, возникновение новых видов услуг, направленных не только на удовлетворение потребностей населения в питании, одежде, жилье, но и на восстановление способностей индивидуумов к социальному функционированию [1, с. 5].

Лечебно-оздоровительный туризм является ядром туристического комплекса Беларуси и обеспечивает большую часть экспорта туристических услуг. Поэтому необходимо уделять больше внимания управлению его основой — санаторно-курортным хозяйством, которое имеет достаточно хороший и устойчивый потенциал в стране исходя из наличия необходимой материально-технической базы и природно-географических особенностей.

Несмотря на разнообразные мировые тенденции формирования спа-индустрии, в санаторно-курортном хозяйстве Беларуси в настоящее время процесс лечения болезней выступает важнейшим предметом деятельности санаторно-курортных организаций, что проявляется в следующих отличительных характеристиках:

- определении медицинского профиля предприятий отрасли (к примеру, болезни органов кровообращения, пищеварения и т.д.);
- структуре санаторно-курортного турпродукта (высокий удельный вес реабилитационных медицинских процедур);
- структуре персонала (преобладание врачей, специализирующихся на лечении конкретных заболеваний);
- определении целевого сегмента на туристическом рынке;
- сложившемся традиционном отношении к санаторно-курортному хозяйству как сфере, требующей дотационной поддержки из средств государственного бюджета и фондов социального страхования;
- концепции продвижения (приоритетными факторами позиционирования являются качество медицинской инфраструктуры, медицинский профиль и пр.);

• стереотипных подходах к приему и обслуживанию туристов в санаторно-курортных организациях (распространенное отношение к гостям как к «больным», «пациентам»).

Данная концепция требует коренного пересмотра, так как является узкой, в каком-то смысле даже устаревшей и может отпугивать иностранных туристов.

Необходимо особо подчеркнуть, что основной причиной отставания Беларуси в области лечебно-оздоровительного туризма является не низкое качество туристических ресурсов, а их недостаточно эффективное использование, отсутствие должного рекламно-информационного обеспечения и нормативно-правовых стимулов для привлечения инвестиций.

Таким образом, управление развитием лечебно-оздоровительного туризма в Республике Беларусь требует постоянного совершенствования его материально-технической базы, а также условий пребывания в учреждениях данной отрасли; повышения квалификации персонала, комфортабельности номеров; расширения предлагаемых услуг; тщательной разработки анимационных программ для отдыхающих; проведения научных исследований в области санаторно-курортного обслуживания; применения опыта зарубежных стран; контроля за соответствием международным стандартам обслуживания; закупки современного оборудования; использования современных информационных технологий и проведения эффективных рекламных кампаний, направленных на продвижение санаторно-курортного продукта Беларуси на мировой туристический рынок.

Литература

1. Технологии и методы оздоровительного сервиса : учеб. пособие / под ред. проф. Е. А. Сигиды. — М. : ИНФРА-М, 2009. — 190 с.

М.В. Евсеенко, А.М. Остроухова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель Т.М. Сергеева

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СПОСОБОВ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Туризм является неотъемлемой частью жизни и развития людей. Для успешного его функционирования требуется реализация основных функций управления: планирования, организации, мотивации и контроля. Существует два основных способа мотивации сотрудников: материальный и нематериальный [1].

Анализируя деятельность белорусских туристических организаций, можно отметить, что они в большей мере используют материальные