

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

А. В. Домород, М. В. Малишевская

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель А. А. Овсянникова

В жизни каждого человека огромное значение отводится здоровью. Это решающий фактор его жизнедеятельности и трудоспособности. Неслучайно такую актуальность приобрел здоровый образ жизни. С каждым годом все большее внимание человек уделяет своему здоровью, а государство его в этом поддерживает, открывая новые санатории, медицинские центры, спортивные площадки, дворцы спорта пропагандируя здоровый образ жизни.

Курортно-оздоровительный туризм для каждого человека индивидуален, т. к. зависит от возраста, заболевания, дохода и других факторов, оказывающих влияние на туристические мотивы. Основная мотивация, как правило, связана с экологически чистой зоной размещения туристов (санатории, пансионаты, гостиницы и др.).

Один из факторов, оказывающих влияние на количество санаторно-курортных организаций и их специализацию, – заболеваемость населения.

Наибольшую долю занимают болезни органов дыхания – 48,9 % от общего числа болезней, что составляет 581 тыс. случаев по Гомельской области. Основная причина данной проблемы – плохая экологическая обстановка. Также значительный процент заболеваний приходится на болезни костно-мышечной системы (5,3 %) и соединительной ткани, кожи и подкожной клетчатки (5,3 %), мочеполовой системы (4,7 %), органов пищеварения (3,7 %), системы кровообращения (3,7 %). Наименьшее количество заболеваний приходится на болезни уха, глаз и инфекционные заболевания.

Анализ показал, что у большинства санаториев Гомельской области в качестве основного медицинского профиля выступает лечение заболеваний органов дыхания, что указывает влияние показателя заболеваемости населения на медицинскую направленность санаториев.

Изучив заполняемость санаторно-курортных организаций, оказалось, что достаточно большая часть путевок не реализуется, а жители РБ от общей численности всех отдохнувших составляют чуть больше 50 %. Используя корреляционно-регрессионный анализ, определили, в какой степени доход населения, привычки и реклама влияют на продвижение оздоровительных услуг населению.

Коэффициент вариации, равный 86 %, указывает на тесную связь между количеством санаторно-курортных организаций и доходами населения. Коэффициент детерминации, равный 0,74, показывает, что на 74 % количество санаторно-курортных организаций зависит от уровня доходов населения, а на 26 % определяется привычками и поведением потребителей, неэффективной рекламой. Для изменения привычек и поведения потребителя необходимо совершенствовать мероприятия по продвижению данных услуг на рынок.

Большинство санаторно-курортных организаций распространяют свои путевки через Республиканский центр по оздоровлению и санаторно-курортному лечению населения, некоторые реализуют путевки только своим работникам. В связи с этим значительная часть населения не владеет информацией о медицинском профиле санаторно-курортных организаций, оказываемых услугах и их стоимости. Для изменения ситуации необходимо более тесное сотрудничество с турагентствами, размещение рекламных буклетов в медицинских учреждениях, рекламы на телевидении и радио. В настоящее время Интернет позволяет проводить массовые рекламные кампании при минимальных затратах.

В РБ имеются различные туристические порталы. Наиболее известными из них являются www.sanatorii.by, www.tamby.info, www.bel-travel.ru. Информация о туристической отрасли представлена на сайте Гомельского областного исполнительного комитета www.gomel-region.by. Дизайн данных интернет-порталов низкого уровня, т. к. информации на одной странице слишком много, а шрифт плохо воспринимаемый, в цветовой гамме порталов преобладает синий цвет, что делает их однообразными. Практически на всех интернет-порталах информация является актуальной, данные постоянно обновляются. На интернет портале о санаториях Беларуси имеются спецпредложения относительно заказа путевок в санатории.

Всего у трех из восемнадцати санаторно-курортных организаций Гомельской области имеется собственный сайт: санаторий «Приднепровский» – www.pridneprovsky.ru, «Ченки» – www.chenki.com и «Сосны» – www.sosny.sy/ru.

Следовательно, санаторно-курортные организации Гомельской области практически не задействуют интернет-технологии в продвижении своих услуг. Если же это и происходит, то данные возможности используются нецелесообразно.

Изучение сайтов показало, что информация на сайте Гомельского областного исполнительного комитета не обновляется, но данный сайт продвигается более всего, т. к. выбивается первым в поисковой системе. Второе место по продвижению занимает интернет портал о санаториях Беларуси. Не занимается продвижением www.bel-travel.ru, т. к. находится в поисковой системе более чем на 10 месте.

Анализ качественных показателей сайтов санаториев Гомельской области показал, что наилучший дизайн имеет сайт санатория «Сосны», на котором имеется анимация, много иллюстраций, преимущественно зеленая и молочная цветовая гамма, которая отличает его от других сайтов. Дизайн санатория «Ченки» находится в ужасном состоянии: на нем присутствует всего одна картинка и мелким шрифтом дана информация. Также следует отметить, что у данного сайта отсутствует обратная связь с потребителем, в то время как у сайтов санаториев «Приднепровский» и «Сосны» данная связь имеется. Информация на всех трех сайтах является актуальной. Однако на сайте санатория «Ченки» нет никакой информации о самом санатории. Продвижение сайтов санаториев «Приднепровский» и «Ченки» находится на высоком уровне, т. к. при вводе наименований данных санаториев в поисковой системе их выбивает на первых местах. Однако сайт санатория «Сосны» найти в Internet практически невозможно.

Таким образом, для более эффективного использования возможностей Internet санаторно-курортным организациям Гомельской области необходимо:

1) отредактировать дизайн порталов, т. к. они практически все имеют одну и ту же цветовую гамму и не отличаются друг от друга;

2) сайт Гомельского облисполкома необходимо обновить или же закрыть, т. к. информация является устаревшей и на его продвижение тратить денежные средства нецелесообразно;

3) сайт санатория «Ченки» необходимо полностью изменить, а именно добавить информацию непосредственно о самом санатории и обратную связь, изменить дизайн;

4) сайт санатория «Сосны» является практически идеальным, однако следует заняться его продвижением, т. к. найти его в поисковой системе практически невозможно.

Предложенные мероприятия позволят повысить осведомленность потребителей об оказываемых услугах санаторно-курортных организаций, увеличить количество посетителей, что позволит повысить заполняемость санаториев и получить дополнительный доход.