

ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Эффективные маркетинговые коммуникации являются ключевым фактором успеха для предприятий сферы гостеприимства, включая санаторно-курортные комплексы, стремящиеся привлечь и удерживать клиентов. Санаторно-курортный комплекс Беларуси обладает рядом уникальных особенностей, выделяющих его на фоне других стран. Беларусь славится своими минеральными водами, лечебными грязями и благоприятным климатом. Развитая инфраструктура, санатории и пансионаты предлагают широкий спектр медицинских услуг, комфортабельное проживание и разнообразные программы отдыха. Цены на санаторно-курортные услуги в Беларуси, как правило, ниже, чем в западноевропейских странах, что делает их привлекательными для широкого круга потребителей.

Основные проблемы санаторно-курортной отрасли:

1) устаревшая инфраструктура и материально-техническая база: высокий процент износа зданий, оборудования и лечебной базы; недостаток современных медицинских технологий и реабилитационного оборудования;

2) кадровый дефицит и необходимость повышения квалификации: нехватка квалифицированных врачей (особенно узких специалистов), среднего и младшего медицинского персонала; недостаточный уровень подготовки персонала в области современных реабилитационных методик;

3) недостаточное финансирование и ограниченность инвестиций: нехватка средств на обновление инфраструктуры, приобретение нового оборудования и повышение квалификации персонала; низкая рентабельность санаторно-курортных учреждений из-за высокой себестоимости услуг и ограниченного спроса;

4) недостаточная маркетинговая активность и слабое продвижение санаторно-курортных услуг: низкая узнаваемость санаторно-курортных учреждений на внутреннем и внешнем рынках; недостаточное использование современных маркетинговых инструментов.

Пути решения проблем санаторно-курортной отрасли:

1) развитие кадрового потенциала и повышение квалификации персонала;

2) совершенствование системы финансирования и привлечение инвестиций;

3) повышение клиентоориентированности и качества сервиса;

4) развитие маркетинга и продвижение санаторно-курортных услуг.

Перспективы и возможности развития санаторно-курортной отрасли:

- рост внутреннего и въездного туризма, увеличение спроса на санаторно-курортные услуги;
- привлечение инвестиций и увеличение финансирования отрасли.

Д. С. Старовойтова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. В. Ежель, канд. экон. наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПОКОЛЕНИЯ Z В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Гостиничная индустрия сегодня сталкивается со множеством вызовов, включая конкуренцию и изменения в потребительских предпочтениях. Особое внимание уделяется подготовке кадров. Понимание ключевых компетенций, необходимых работникам отелей, а также особенностей работы с молодыми специалистами — представителями поколения Z (зумерами) — становится критически важным для снижения текучести кадров.

Работники гостиничной индустрии должны обладать ключевыми компетенциями для успешной работы и высокого качества обслуживания. Прежде всего важны коммуникационные навыки, так как эффективное общение с клиентами и коллегами создает положительное впечатление и помогает установить доверительные отношения. Клиентоориентированность также играет значительную роль: понимание потребностей гостей и стремление их удовлетворить, внимание к деталям и желание превзойти ожидания становятся основополагающими факторами высокого уровня обслуживания.

Командная работа способствует созданию положительной атмосферы и повышению качества сервиса, что особенно важно в условиях высокой нагрузки. Стрессоустойчивость необходима для сохранения спокойствия и принятия взвешенных решений в сложных ситуациях, что критично для бесперебойной работы. Технологическая грамотность также важна, так как знание современных технологий позволяет эффективно выполнять обязанности и оптимизировать процессы. Наконец, работники должны быть готовы взаимодействовать с новым поколением клиентов — зумерами, понимая их предпочтения и ожидания для создания персонализированного подхода к обслуживанию. Все эти компетенции формируют успешного специалиста в гостиничной сфере.

Поколение Z представляет собой уникальную группу работников с особыми предпочтениями. Зумеры ценят гибкость, возможности про-