

Для предотвращения конфликтов можно проводить тренинги среди сотрудников туристического предприятия с целью того, чтобы они чувствовали себя увереннее и знали, как выйти из неприятного положения без убытков для компании. В организации должна быть составлена специальная стратегия поведения сотрудников туристического предприятия с поставщиками и туристами при конфликтных ситуациях.

В снижении конфликтности между сотрудниками и руководством поможет проведение корпоративных походов, посещение различного рода мероприятий (в том числе связанных с туристической сферой). Каждый работник должен осознавать значимость своего места в организации, а руководитель должен ему в этом помочь.

Таким образом, главная задача менеджера состоит в том, чтобы правильно определить конфликт и «зайти» в него на начальной стадии для уменьшения негативных последствий, а лучше всего — предотвратить [1, 2].

Источники

1. *Дорофеева, Л. И.* Менеджмент: конспект лекций / Л. И. Дорофеева. — М. : ЭКСМО, 2007. — 220 с.
2. *Кабушкин, Н. И.* Менеджмент туризма : учеб. пособие / Н. И. Кабушкин. — Минск : БГЭУ, 1999. — 644 с.

<http://edoc.bseu.by/>

СНИЛ «Тураналитик»

В. М. Астрейко, А. И. Ляшкова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — П. А. Литвинов

ПРОДВИЖЕНИЕ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ЗА РУБЕЖОМ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Лечебно-оздоровительный туризм — один из основных видов туризма в Республике Беларусь. Санаторно-курортные учреждения нашей страны с каждым годом увеличивают свои экономические показатели. За 2019 г. было реализовано путевок на сумму свыше 425 млн бел. руб. В 2019 г. санаторно-курортными учреждениями воспользовались 869,4 тыс. туристов, что на 29,1 тыс. больше, чем в 2018 г. и на 94,2 тыс. туристов больше, чем в 2017 г. [1]. Данные показатели могут быть еще больше при условии выхода на западноевропейский рынок. На данный момент большая часть иностранных туристов приезжают из стран-соседей, данная тенденция объясняется двумя факторами: географическим положением нашей страны, а также тем, что Россий-

ская Федерация и Украина — основной рынок сбыта лечебно-оздоровительных услуг.

Для того чтобы быть конкурентоспособными на европейском рынке лечебно-оздоровительного туризма, на наш взгляд, стоит предлагать что-то аутентичное и привлекательное для европейского потребителя. Главные тренды в спа-индустрии: увеличение роли альтернативной медицины, упор на ментальное здоровье человека, физическая и моральная релаксация, увеличение длительности отдыха и информационный детокс (The Wellness Sabbatical) [2]. Наша страна с легкостью сможет удовлетворить все эти потребности. Все больше людей предпочитают длительный отдых, с отрывом от постоянного информационного потока и от работы. И это то, что действительно необходимо для современного человека. Всемирная организация здравоохранения объявила эмоциональное «выгорание» официальным медицинским диагнозом в прошлом году. В нашем быстро развивающемся мире лечебно-оздоровительный курорт — хороший способ восстановить не только физическое, но и ментальное здоровье, благодаря медицинским процедурам, бальнеотерапии, фитотерапии и даже обычной для постсоветского пространства бане. Санатории могли бы предлагать различные виды бань, ориентированных на различные сегменты спроса. Бани на лечебных травах, молоке или даже на хмельных шишках — все это может стать эксклюзивным продуктом нашей страны. Прекрасный симбиоз традиционной и альтернативной медицины, который придется по вкусу европейскому туристу.

Полноценные лечебные программы, рассчитанные на 21–23 дня, позволят удовлетворить потребность в уединении и отстранении. Кроме того, на примере пожилого населения Европы мы можем отметить, что многие люди эlegantного возраста все чаще путешествуют за границу, чтобы получить новый вид оздоровления, найти что-то особенное. Аудитория в возрасте — самый быстрорастущий сегмент рынка на данный момент. Для увеличения аттрактивности можно предложить туристам самостоятельный сбор трав в лесу в сопровождении профессионала. Данное мероприятие будет возвращать человека к истокам, что имеет доказанный оздоровительный эффект на психоэмоциональное состояние человека. Дальнейшая обработка этих продуктов для получения профессиональных спа-ингредиентов также осуществляется непосредственно «на месте».

У нашей страны есть огромный потенциал, который нуждается в грамотном продвижении. Осталось только наладить рынки сбыта. В этом могут помочь различные международные специализированные выставки. На данный момент в качестве страны-участницы Беларусь заявлена в 17 выставках, однако среди них мало мероприятий, направленных именно на лечебно-оздоровительный туризм, например, Exprotural 2020 (Испания), ReiseLust 2020 (Германия), Leisure, Hospitality & Tourism World 2020 (Великобритания), ВIT (Италия) и др. Благодаря выставкам, наша страна способна привлечь иностран-

ных туристов, которые предпочитают медицинский туризм обычному отдыху у моря. Лечебно-оздоровительный туризм может стать одним из элементов брендинга Беларуси.

Источники

1. Развитие туризма, деятельность туристических организаций, коллективных средств размещения Республики Беларусь за 2017 г. [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/turizm/statisticheskie-izdaniya/index_8622/. — Дата доступа: 11.04.2020.

2. 2020 Global Wellness Trends [Electronic resource] // Global Wellness Summit. — Mode of access: <https://www.globalwellnesssummit.com/2020-global-wellness-trends/>. — Date of access: 11.04.2020.

<http://edoc.bseu.by/>

СНИЛ «Тураналитик»
В. М. Астрейко, А. И. Ляшкова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. В. Шутилина, канд. экон. наук, доцент

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Лечебно-оздоровительный туризм — одно из наиболее востребованных направлений в ближайшие несколько лет. Мировая эпидемиологическая обстановка выступает одним из главных стимулов для развития и увеличения туристического потока в рекреационные центры Беларуси. Однако за последние годы развитие данного сектора туризма не претерпело серьезных изменений, а следовательно, конкурентоспособность туристического продукта остается под вопросом. Проведя анализ функционирования санаторно-курортных организаций, мы смогли выделить основные проблемы функционирования и развития учреждений.

Первой проблемой рекреационного туризма является неравномерность развития и спроса на услуги. Лидером по уровню развития инфраструктуры санаторно-курортного хозяйства и объемам реализации услуг лечебно-оздоровительного отдыха из года в год является Минская область [1]. Данная закономерность связана с качеством развития главных транспортных коммуникаций (основных международных трасс, транспортных узлов и наличием ж/д вокзала и аэропорта).

Для равномерного развития всех дестинаций нашей страны необходимо усовершенствовать качество транспортного сообщения. Например, осуществлять групповые и/или индивидуальные трансферы.