

## Перспективы развития интернет-маркетинга санаторно-курортных услуг Республики Беларусь

*Махнач Д. В., студ. IV к. БГЭУ,  
науч. рук. Литвинов П. А., ассистент*

Появление глобальной сети Интернет способствовало созданию такого направления маркетинга, как интернет-маркетинг (систематическое целенаправленное планирование и внедрение товарной политики, ценовой политики, политики распределения и коммуникации, исходя из рыночной ситуации посредством сети интернет [1, с. 10]). Интернет-маркетинг — одно из перспективнейших направлений развития рекламы и маркетинга в целом, в связи с огромным потенциалом Интернета. Благодаря ему проводятся маркетинговые исследования дистанционно, приходит необходимая статистическая информация о потребителях, товарах и собственных интернет-ресурсах, что повышает продуктивность работы маркетологов. Еще один положительный аспект использования сети Интернет — потребители сами являются поставщиками информации о своих потребностях, чем активно пользуются производители товаров и услуг, в том числе и в сфере туризма.

Сегодня зона покрытия сети Интернет в Беларуси приближается к 90%, поэтому санатории активно используют концепцию интернет-маркетинга путем создания сайтов, рекламных рассылок, баннеров с информацией.

Сайт — один из важнейших элементов интернет-маркетинга. Санатории при помощи сайтов продвигают свои услуги в сети, расширяют клиентскую базу, развивают и открывают новые каналы продаж путевок и туров, формируют положительный имидж и обеспечивают поддержку клиентов [2, с. 44]. Парадоксальным является то, что при современном развитии IT-технологий, не все санатории имеют свой собственный сайт. В Республике Беларусь, благодаря деятельности портала Sanatori.by (интернет-портал санаториев Беларуси), создана относительно полная база санаторно-курортных учреждений республики. Предприятия, которые не имеют собственного сайта, осуществляют продвижение продукта на республиканский рынок санаторно-курортных услуг путем предоставления необходимой информации на данный портал.

Одно из возможных направлений интернет-маркетинга — это продвижение и реклама санаторных учреждений через социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники, Фейсбук). Согласно исследованиям, проводимым на портале [www.iphones.ru](http://www.iphones.ru), сделан вывод что 29% своего времени современный человек в среднем тратит на социальные сети (в исследовании принимали участие люди от 12 до 64 лет) [2]. Данную статистику необходимо использовать для рекламы санаториев путем создания персональных страниц в социальных сетях.

На сегодняшний день в Республике Беларусь всего лишь несколько санаториев имеют свои страницы в социальных сетях («Радон», «Пралеска», «Поречье», «Приозерный» — Вконтакте, Фейсбук — «Нарочанка», «Приморский»). Такое малое количество санаториев, использующих социальные сети, обусловлено отсутствием специалистов в области интернет-маркетинга. Отличительной чертой персональной страницы от интернет-сайта является необходимость ее ежедневного заполнения различного рода контентом, на что не хватает времени у маркетологов.

Проблема поддержания персональных страниц санаториев заключается в том, что на ней должен находиться контент в виде аудио-, видео- и фотоматериалов, которые пользуются популярностью в социальных сетях. В случаях отсутствия материалов такие страницы не пользуются успехом.

Использование социальных сетей дает следующие преимущества: реклама санаторных туров и путевок без наличия сайта; целенаправленная реклама (учитываются следующие критерии: пол, возраст и интересы, информацию о себе люди пишут на персональных страницах); работа с каждой группой потребителей проводится отдельно путем создания различной рекламы для разных типов потребителей санаторно-курортного продукта.

Интернет-маркетинг не должен быть редким явлением в санаторно-курортном сегменте туристической индустрии. В связи с отсутствием денежных средств санатории пренебрегают рекламой собственных учреждений. Однако интернет из-за своей дешевизны и большого охвата широких слоев населения не только в Республике Беларусь, но и всего мира, позволит санаторно-курортным учреждениям продвигать продукт не только на национальном, но и на международном уровне.

### Литература

1. Козлов, А. В. Интернет-маркетинг: учебно-практическое пособие / А. В. Козлов. — Минск: БГЭУ, 2014. — 127 с.
2. Костяев, Р. А. Бизнес в интернете: финансы, маркетинг, планирование / Р. А. Костяев. — Санкт-Петербург : БХВ-Петербург, 2002. — 656 с.
3. Сколько времени россияне тратят на социальные сети [Электронный ресурс] / интернет портал iPhones.ru. — 2016. — Режим доступа : <https://www.iphones.ru/iNotes/517460>. — Дата доступа : 03.11.2016.

## Страхование по безработице в Республике Беларусь

*Минчук Е. А., студ. III к. БрГТУ,  
науч. рук. ст. преп. Осипчук Н. В.*

В условиях повышения динамики на рынке труда Беларуси возрастает проблема роста безработицы. В такой ситуации формирование адекватной