

Специфика инновационного менеджмента в санаторно-курортном сегменте белорусского туристического рынка на примере внедрения инновационного санаторно-курортного турпродукта для сегмента беременных женщин

Ввиду неосвоенности рынка санаторно-курортных услуг для сегмента беременных женщин, внедрение санаторно-курортного продукта для данной целевой аудитории оправданно можно считать составляющей инновационного менеджмента. Таким образом, изучение вопросов внедрения продуктовых инноваций в санаторно-курортном сегменте туристического рынка Беларуси является *актуальным*.

Целью данной статьи является:

- формулирование основных специфических особенностей инновационного менеджмента в санаторно-курортном сегменте белорусского туристического рынка на примере внедрения инновационного санаторно-курортного продукта для сегмента беременных женщин.

Следует отметить, что в то время как значение инноваций в туризме долгое время недооценивалось, для санаторно-курортного сегмента всегда была характерна приоритетность инновационной деятельности. Это обусловлено рядом отличительных особенностей данного сегмента туристического рынка:

1. *Основополагающее значение естественно-ресурсного фактора производства санаторно-курортного турпродукта.*

Для обеспечения эффективности использования природных ресурсов необходимы постоянные инновации процесса (новые технологии добычи, обработки, транспортировки и использования) [1, с. 188]. Данная тенденция говорит о постепенном переходе от естественно-ресурсной к инновационно-инвестиционной стадии конкурентного развития.

2. *Связь курортного дела с медициной.*

По мнению А. Траскевич, инновации в медицине являются источником продуктовых инноваций в санаторно-курортном сегменте [1, с. 188]. Поскольку санаторно-курортный продукт для беременных женщин - это продуктовая инновация, то согласно жизненному циклу «инновации-продукта» все стадии до фазы «потребления» («Наука», «Исследование», «Разработка», «Производство») уже разработаны в мировой практике спа-индустрии и курортологии [2, с. 259]. Осталось адаптировать некоторые аспекты в соответствии со спецификой белорусского рынка лечебно-оздоровительного туризма, учитывая имеющуюся ресурсную и материально-техническую базу.

Предпосылкой для успешной адаптации санаторно-курортного продукта для беременных к белорусскому рынку лечебно-оздоровительного туризма может стать тот факт, что, тогда как, в зарубежных спа-центрах, в большинстве случаев, доминируют услуги косметического характера: уход за кожей лица и тела, расслабляющие массажи, обертывания, маникюр, педикюр и т.д. [3]; в белорусских здравницах (при наличии тех же косметических процедур) основную позицию занимают медицинские услуги (лечебно-оздоровительные, диагностические), оказываемые квалифицированным медицинским персоналом, в том числе, узкоспециализированными врачами, что в совокупности с потенциалом имеющихся естественных курортных ресурсов повышает конкурентоспособность отечественных здравниц относительно зарубежных для сегмента беременных женщин.

В таком случае Республика Беларусь имеет существенный потенциал превращения в один из важнейших туристических центров для профессионального медицинского оздоровления беременных.

В целом, можно отметить, что все специфические особенности инновационного менеджмента в санаторно-курортном сегменте отечественного туристического рынка обуславливают следующие факторы:

- отсутствие конкуренции на национальном уровне и, как следствие, недостаточное стремление к различного рода нововведениям и невосприимчивость к общемировым тенденциям в данной отрасли;

- ориентация предложения здравниц на существующий спрос клиентов, т.е. платежеспособность посетителей и общее понимание клиентами мотивов санаторно-курортного оздоровления существенно влияют на формирование списка предлагаемых в санаторно-курортных организациях услуг;

- преобладание в структуре управления здравниц медицинского персонала, влекущее за собой невосприимчивость к рыночным тенденциям развития данной отрасли туризма [4].

На сегодняшний день инновационные процессы в санаторно-курортном сегменте белорусского туристического рынка не являются достаточно распространенными. Возможно, такая ситуация сложилась в условиях относительно высокого спроса на белорусский санаторно-курортный продукт (в 2000-2013 гг. коэффициент загрузки достигал 90 %), и как следствие незаинтересованности руководства отечественных здравниц совершенствовать инновационную деятельность в направлении привлечения клиентов и стимулирования сбыта [5].

Для грамотного регулирования вопроса разработки и оказания инновационных услуг в санаторно-курортном сегменте необходим современный менеджмент и высококвалифицированные менеджеры, которые умеют грамотно и эффективно принимать управленческие решения. Если рассматривать в качестве общего сложного управленческого решения создание и внедрение нового санаторно-курортного продукта для беременных, то процесс принятия и реализации управленческого решения еще не приблизился к первой стадии «признания необходимости решения», влекущей за собой стадии «выработки и принятия решения» и его «реализации» [6, с. 145].

Таким образом, очевидно, что актуальна проблема признания необходимости данного решения. Рассмотрение этого вопроса должно осуществляться на высшем управленческом уровне, чтобы в дальнейшем обеспечить процесс выработки и принятия соответствующего решения в рамках всей отрасли.

Поэтому для успешного внедрения санаторно-курортных услуг для беременных женщин целесообразными видятся следующие нововведения и преобразования в концепции развития санаторно-курортного сегмента:

- переосмысление сущности и роли санаторно-курортных организаций в системе здравоохранения и туризма, т.е. *концептуальные инновации*;

- определение в качестве одной из приоритетных целей развития санаторно-курортного сегмента – интеграции в мировую спа-индустрию;

- изучение мирового опыта внедрения инновационного турпродукта лечебно-оздоровительных и спа-услуг для беременных и его адаптация под имеющуюся отечественную ресурсную и материально-техническую базу;

- *поддержка на государственном уровне идеи инновационного менеджмента* в санаторно-курортных организациях.

Следующими, нами определенными, мерами реорганизации санаторно-курортного сегмента являются:

- адаптация уже предлагаемых в здравницах процедур в соответствии со спецификой лечения и оздоровления беременных женщин;

- разработка новых лечебных, оздоровительных, косметических и рекреационных услуг, ориентированных на потребности данной целевой аудитории, на основе уже имеющейся ресурсной базы и материально-технической оснащенности;

- создание новых здравниц, единственной специализацией которых будет предоставление санаторно-курортных услуг для беременных женщин.

На наш взгляд, все эти меры должны успешно способствовать возникновению инновационного конкурентоспособного отечественного санаторно-курортного туристического продукта для сегмента беременных.

Результатом данной статьи подтверждается актуальность и значимость внедрения инновационных продуктов в санаторно-курортный сегмент белорусского туристического рынка в контексте интеграции санаторно-курортного хозяйства Республики Беларусь в мировую спа-индустрию. Кроме того, в результате работы над данной статьей сформулированы специфические особенности инновационного продуктового менеджмента в туризме на санаторно-курортном сегменте национального туристического рынка.

Проведенные в рамках написания данной статьи исследования показали, что предложенные мероприятия инновационного продуктового менеджмента в белорусском санаторно-курортном сегменте вполне осуществимы и не требуют существенных инвестиционных вложений и глобальной модернизации имеющейся материально-технической базы.

Кроме того, санаторно-курортный турпродукт для беременных женщин уже существует во многих странах мира и достаточно актуален относительно глобальных тенденций развития спа-индустрии [4, с. 225].

Оптимальными для успешного внедрения, продажи и востребованности данного санаторно-курортного турпродукта, а также для возможной интеграции в мировую спа-индустрию, мы считаем условия санаторно-курортного обслуживания, когда соблюдены стандарты гостиничного сервиса и предложение лечебно-оздоровительных и косметических процедур достаточно разнообразно, но без акцента на роскошь. В целом, имеющаяся в Беларуси санаторно-курортная база ориентирована на развитие именно в таких тенденциях при грамотном и профессиональном менеджменте.

Список использованных источников

1. Конкурентоспособность туристского комплекса Республики Беларусь : монография / Е.Г. Киреенко [и др.]; под общ. ред. канд. экон. наук Е.Г. Киреенко, канд. геогр. наук Д.Г. Решетникова. – Минск : БГПУ, 2010. – 280 с.
2. Менеджмент туризма: Основы менеджмента: Учебник – М.: Финансы и статистика, 2002. – 352 с.
3. Mahoney S. All about spa programs for expectant mothers/ S. Mahoney// [Electronic resource]. - Mode of access: <http://www.spafinder.com/archive/article.jsp?id=232>. - Date of access: 05.10.2014.
4. Козляковская, Н.О. Особенности функционирования санаторно-курортного сегмента туристического рынка Беларуси / Н.О. Козляковская // Новая экономика. – 2014. - № 1 (63). – с. 224-229.
5. Козляковская Н. О. Особенности интернет-позиционирования санаторно-курортного туристического продукта Республики Беларусь / Н.О. Козляковская // Сборник НИРС-БГЭУ – 2011. – 254 с.
6. Менеджмент : учеб. пособие для студентов учреждений, обеспечивающих получение высш. образования по экон. специальностям / А. К. Феденя. – Минск : ТетраСистемс, 2008. – 320 с.