

УДК 338.48:711.455

А. Г. ТРАСКЕВИЧ

ИЗУЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

Белорусский государственный экономический университет

(Поступила в редакцию 29.10.2013)

Санаторно-курортное хозяйство Беларуси было сформировано и функционировало долгое время как самостоятельная отрасль, выполнявшая социально ориентированные медико-реабилитационные и оздоровительные функции. В результате реформирования санаторно-курортного обслуживания в Беларуси (условно началом можно считать 2004 г.) происходит поступательная интеграция *отдельных* предприятий санаторно-курортного хозяйства в систему уже сформировавшегося к этому времени национального туристического рынка [1]. В связи с тем, что данный процесс в настоящее время не является завершённым, нельзя говорить и об окончательном превращении санаторно-курортного хозяйства в подотрасль туристического комплекса Беларуси. Поэтому для изучения конкурентоспособности на уровне подотрасли туристического комплекса нами было предложено новое понятие – санаторно-курортный сегмент туристического рынка [2] (далее СКС). СКС образуют предприятия санаторно-курортного хозяйства, интегрировавшиеся в систему туристического рынка и выполняющие функции подотрасли туристического комплекса (коммерческие функции лечебно-оздоровительного туризма).

Отечественные и зарубежные исследования, посвященные экономико-управленческим аспектам функционирования лечебно-оздоровительного туризма (G. Bodeker, M. Kohen [3], M. Smith, L. Puczko [4], H. Muller, E. L. Kaufmann [5], M. H. Tabacchi [6], A. M. Ветитнев [7], В. В. Журавлев [8], А. И. Талятов [9] и др.), позволяют констатировать проблему узкого рассмотрения свойства конкурентоспособности: не учитываются выделяемые для туристической сферы проявления и виды конкуренции, специфика процесса конкуренции в лечебно-оздоровительном туризме, в том числе характерные именно для лечебно-оздоровительного туризма факторы и процессы формирования конкурентоспособности. Поэтому актуальной является разработка адаптированного применительно к конкретной подотрасли туристического комплекса теоретического подхода, который позволит решить теоретическую и прикладную задачу определения уровня конкурентоспособности СКС.

При анализе общих экономических исследований нами были выделены следующие подходы к изучению конкурентоспособности: диалектический (Т. В. Гасанова [10]); макроэкономический (З. Т. Алиев [11], Т. Г. Философова [12]); маркетинговый (Р. А. Фатхудинов [13]); экономико-математический (Л. Н. Чайникова [14]); стратегический (Е. Ф. Волонцевич [15]); процессный (М. В. Мясникович, П. Г. Никитенко [16]). Для изучения конкурентоспособности СКС был выбран процессный подход, на основе которого представляется возможным комплексное рассмотрение характерных для лечебно-оздоровительного туризма сфер проявления конкуренции с выделением системы процессов формирования конкурентоспособности. Рассмотрим специфику осуществления различных сфер проявления конкуренции для СКС Беларуси, основываясь на исследованиях конкурентоспособности в туризме лауреата премии Всемирной туристической организации Дж. Р. Б. Ритчи и анализе ключевых трендов развития мирового лечебно-оздоровительного туризма.

Экономическая конкуренция. С одной стороны, проявлением экономической конкуренции в туризме принято считать борьбу за привлечение туристских потоков и стимулирование роста туристских расходов посредством создания туристских *впечатлений* [17]. С другой стороны, марке-

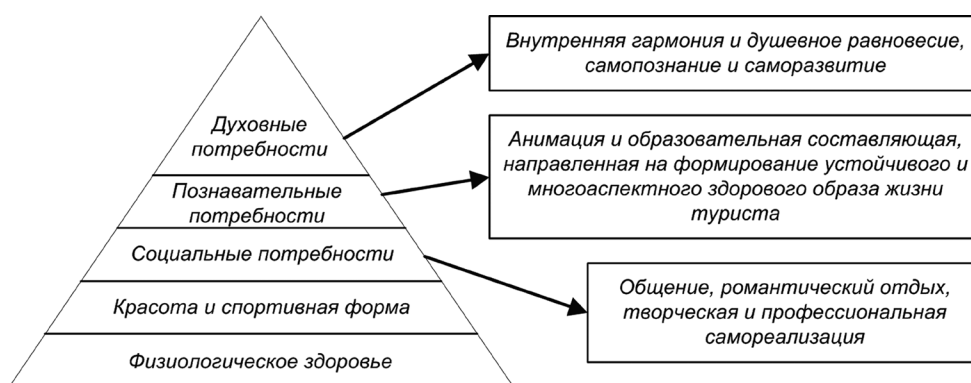


Рис. 1. Пирамида туристских потребностей в лечебно-оздоровительном туризме

тинговый подход определяет конкурентоспособность как соответствие свойств продукта **потребностям** потребителя. Можем заключить, что первооснову экономической конкуренции в туризме формируют взаимосвязанные категории «туристская потребность» и «туристское впечатление».

Очевидно, что центральной туристской потребностью в лечебно-оздоровительном туризме является потребность в здоровье. Однако в контексте современных мировых тенденций данная естественная человеческая потребность претерпевает существенную трансформацию. Речь идет не о здоровье как состоянии отсутствия болезней, но о потребности человека в максимальной реализации собственного физического, духовного, ментального и социокультурного потенциала, что в зарубежных исследованиях получило определение «безупречного» здоровья (G. Vodeker, M. Cohen [3, с. 6]). Естественно, такая сложная потребность включает в себя множество частных туристских потребностей. Для их систематизации мы воспользовались подходом, получившим широкое применение для упорядочения потребительских потребностей как в общих экономических исследованиях [12], так и применительно к изучению туристских потребностей [18]: принцип пирамиды А. Маслоу, в которой известные иерархические уровни потребностей индивида получили в нашем исследовании смысловую трансформацию в соответствии со спецификой ключевой «сверхпотребности» туриста в «безупречном» здоровье (рис. 1).

В соответствии с предложенной иерархией потребностей ключевым туристским впечатлением можно назвать состояние *веллнеса* (многомерное и гармоничное состояние хорошего самочувствия), являющееся важнейшим критерием потребительской мотивации в зарубежной теории и практике лечебно-оздоровительного туризма [19].

Вместе с тем процесс экономической конкуренции по определению связан с достижением определенных **рыночных характеристик** продукта, обеспечивающих рентабельность его производства [20]. Следовательно, создание спектра туристских впечатлений, удовлетворяющих систему туристских потребностей, должно происходить с обязательной экономической эффективностью.

Политическая конкуренция. Политическая конкуренция в туризме проявляется в обеспечении в стране политической стабильности и создании эффективной нормативно-правовой базы развития туризма. Политическая конкуренция закономерно становится особенно ощутимой в познавательном и событийном туризме, во время занятий которыми турист оказывается в центре политических событий дестинации [17]. В то же время мировая практика лечебно-оздоровительного туризма выявляет особенности проявления здесь политической конкуренции. К примеру, несмотря на то, что в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (Таиланд, Малайзия, Индонезия, Филиппины) актуальными остаются проблемы политической стабильности, отмечается такой рост спа-индустрии в регионе, который позволяет говорить о новом глобальном тренде в развитии мирового лечебно-оздоровительного туризма [6]. Это объясняется тем, что территории, благоприятные для курортного строительства, удалены от эпицентров политической активности и создана нормативно-правовая база развития туризма, способствующая привлечению глобальных спа-цепей к анклавному освоению территорий.

Дж. Р. Б. Ритчи рассматривает еще одну форму проявления политической конкуренции в современном туризме: значительный рост международного туризма вследствие появления новых государств [17]. Данное опосредованное проявление конкуренции характерно и для отечественного

СКС. В рамках бывшего СССР наша республика не была особенно популярным регионом лечебно-оздоровительного туризма. С достижением суверенитета Беларусь стала аттрактивной для российских туристов, что, безусловно, объясняется факторами экономического характера. Однако нельзя отрицать туристских предпочтений к международному туризму, а также внимания многих российских туристов к политическому устройству и социально-экономической модели белорусского общества.

Кроме того, специфика политической конкуренции в лечебно-оздоровительном туризме заключается в том, что высокий уровень его развития характеризует также физический и духовный потенциал нации, а значит, способствует повышению имиджа государства. Исключительное значение данной особенности для Республики Беларусь объясняется, во-первых, сохранившим сильное влияние социальным императивом организации санаторно-курортного лечения и оздоровления, гарантом которого выступает государство. Кроме того, перспективное значение имеет фактор стремления Беларуси в глобальной среде конкурировать не только в экономической сфере, но и в социальной, научной, культурной сферах. В таком случае развитие как физической, так духовной и социальной составляющей здоровья человека в рамках функций СКС является фактором конкурентоспособности Беларуси.

Социокультурная конкуренция. Многочисленные примеры из практики международного туризма свидетельствуют, что уровень социального и культурного развития страны оказывает сильное влияние на обеспечение значительных туристских потоков и расходов туристов в стране, несмотря на явные недостатки в экономической сфере [17]. Естественно, приоритетность социокультурной конкуренции характерна для познавательного туризма.

Однако в связи с ростом интереса к народным оздоровительным практикам новейшей тенденцией является существенное усиление значения социокультурной конкуренции в лечебно-оздоровительном туризме. Определяющей она стала для многих развивающихся стран Азии (Таиланд, Вьетнам, Индия и др.), знаменитых своими национальными традициями *развития* здоровья (йога, аюрведа, традиционные виды массажа и др.). Мы говорим именно о развитии, т. к. при трактовке понятия здоровья в современном лечебно-оздоровительном туризме происходит обращение не только к физическому здоровью, которое можно сохранять и укреплять с помощью традиционных физиотерапевтических воздействий, но к комплексу «тело–разум–дух» [4], составляющие которого (например, способность к внутренней концентрации, самопознанию, саморазвитию) возможно исключительно развивать, причем все чаще путем обращения к древним народным целительным практикам.

В данном случае фактором формирования туристской привлекательности является не столько наличие квалифицированных специалистов в области данных практик (многие из них эмигрировали в страны Европы и США), сколько социокультурный уклад страны, мотивирующий к реализации национальных принципов сохранения и развития здоровья. Можно сделать вывод, что продуктовые инновации в СКС, которые базировались бы на факторах национального социокультурного развития Беларуси, не смогли бы быть быстро скопированы конкурирующими дестинациями, что в значительной степени повысило бы эффективность инновационной деятельности при формировании лечебно-оздоровительного турпродукта.

Технологическая конкуренция традиционно считалась одной из самых незначимых сфер проявления конкуренции в туризме, за исключением специфических примеров техногенных объектов туристского интереса (мыс Канаверал, Силиконовая долина). Однако с развитием информационных технологий туризма и высокотехнологичной туристической инфраструктуры значение данной формы конкуренции постоянно возрастает [17]. В лечебно-оздоровительном туризме, по аналогии с приведенными примерами техногенных аттракционных пунктов, технологическая конкуренция активным образом проявляется не только в развитии инфраструктуры и процессе продвижения турпродукта (технологии Интернет-продвижения, системы бронирования, CRM-системы и т. п.). Данная форма конкуренции издавна была актуальной и для процесса производства турпродукта: за счет необходимости использования передовых медицинских, спортивных и прикладных эстетических технологий (аппаратная косметология, технологии лазерной и электромагнитной терапии, гипокситерапия, инфракрасная сауна и др.).

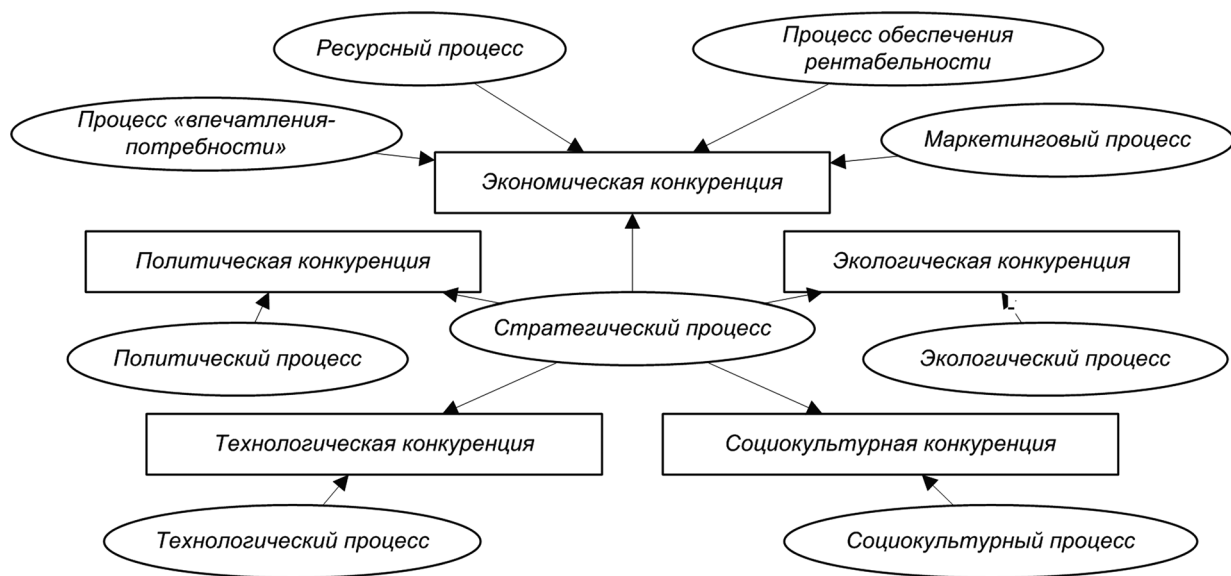


Рис. 2. Экономико-управленческие процессы осуществления конкуренции в лечебно-оздоровительном туризме

Экологическая конкуренция для большинства традиционных видов туризма (познавательный, событийный, деловой и т. п.) становится значимой только в последнее время, когда все более активно в мире поднимается вопрос об экологических издержках туристических нагрузок на дестинации. Напротив, возникшие относительно недавно виды туризма (экологический, сельский) базируются на идее изначальной приоритетности данной формы конкуренции [17]. Лечебно-оздоровительный туризм, по нашему мнению, в этом отношении занимает промежуточное положение между традиционными «массовыми» и новыми природно-ориентированными видами туризма. При занятиях лечебно-оздоровительным туризмом экологический императив редко становится определяющим туристским мотивом, как в агротуризме. Однако экологическая конкуренция в лечебно-оздоровительном туризме учитывается не только национальными туристическими администрациями. Потребитель испытывает тяготение к высокому качеству экологических условий курортной местности: чистота воды, воздуха, живописность ландшафтов.

Экономико-управленческие процессы формирования конкурентоспособности СКС. Результаты представленного анализа специфики проявления конкуренции в лечебно-оздоровительном туризме позволяют выделить соответствующие процессы, посредством которых осуществляется каждая сфера проявления конкуренции (рис. 2). Поскольку каждый из выделенных процессов организуется посредством соответствующей сферы менеджмента, в нашем исследовании мы определяем их как *экономико-управленческие*.

Далее, руководствуясь процессным подходом, можем дать соответствующее выбранному методическому подходу определение свойству конкурентоспособности СКС через уже известные формы конкуренции и выделенные выше экономико-управленческие процессы.

Конкурентоспособность санаторно-курортного сегмента туристического рынка – это результат применения экономико-управленческих процессов, направленных на достижение успеха во всех сферах конкуренции, проявляющихся в лечебно-оздоровительном туризме.

Экономико-управленческие процессы наполняются конкретными управленческими задачами (сопроцессами) при реализации функции формирования конкурентоспособности СКС. Следует отметить, что в полной мере названные сферы конкуренции и процессы формирования конкурентоспособности проявляются в особенно важной для отечественной туристической ситуации конкуренции СКС на международном рынке лечебно-оздоровительного туризма. Сопроцессы для каждого экономико-управленческого процесса (таблица) определены исходя из приведенного выше анализа специфики проявления конкуренции в мировом лечебно-оздоровительном туризме, а также на основе изучения факторов и процессов, рассмотренных как в общих экономических исследованиях, так и в исследованиях в сфере туристической индустрии [3–5; 7; 8; 17; 21].

**Система экономико-управленческих процессов формирования конкурентоспособности
санаторно-курортного сегмента туристического рынка**

Процесс	Сопроцессы
Процесс «впечатления – потребности»	Формирование уникальных впечатлений, соответствующих иерархии туристских потребностей
Ресурсный	Рациональное использование лечебного рекреационно-ресурсного потенциала дестинации
Обеспечение рентабельности функционирования	Оптимизация издержек, ценообразование, увеличение объема продаж, в частности за счет развития розничной торговли
Маркетинговый	Формирование национального рынка лечебно-оздоровительного туризма и внутренней конкурентной среды, повышение количественных и качественных характеристик внутреннего спроса, развитие въездных туристских потоков, укрепление международных рыночных связей, достижение рыночной новизны и диверсификации туристического продукта, совершенствование маркетинговой системы продвижения санаторно-курортного турпродукта на внутреннем и внешних рынках
Политический	Достижение заинтересованности государства в развитии туризма и повышении «открытости» страны, разработка эффективной национальной политики в сфере лечебно-оздоровительного туризма, формирование благоприятного туристического имиджа страны как дестинации лечебно-оздоровительного туризма, экстраполирование достижений здорового образа жизни нации на имидж страны на мировой арене
Социокультурный	Эффективное использование национальных традиций гостеприимства, развитие национальной системы здравоохранения, пропаганда здорового образа жизни в обществе, сохранение и развитие национальных традиционных физиотерапевтических и духовных оздоровительных практик в СКС, социокультурная организация общества, мотивирующая к духовному и физическому самосовершенствованию, самопознанию и саморазвитию, реализация потребностей индивида к самосовершенствованию, самопознанию и саморазвитию на базе предприятий СКС
Технологический	Формирование туристической суперструктуры и инфраструктуры лечебно-оздоровительного туризма, развитие дополнительных и сопутствующих отраслей, в т. ч. являющихся поставщиками высокотехнологичной медицинской, спортивной и косметологической техники и технологий, обеспечение эффективной работы персонала, обеспечение безопасности рекреационных занятий
Экологический	Эксплуатация лечебного рекреационно-ресурсного потенциала дестинации на принципах рационального рекреационного природопользования, формирование устойчиво благоприятной экологической среды для лечебно-оздоровительных занятий, преодоление последствий чернобыльской катастрофы на пострадавших курортных территориях, реализация возможностей по внедрению в лечебно-оздоровительный туризм элементов агрозотуризма, в т. ч. формирование туристических кластеров с субъектами названного вида туризма
Стратегический	Определение миссии, видения, стратегии конкурентного развития СКС, развитие исследований в сфере курортной медицины и организации курортного дела, привлечение инвестиций, эффективное распределение доходов от лечебно-оздоровительного туризма с учетом интересов местного населения

Степень реализации каждого из сопроцессов представленной системы можно количественно охарактеризовать с помощью системы бенчмарков, что дает возможность рассчитать в итоге уровень развития экономико-управленческого процесса, сформированного соответствующими сопроцессами. На следующем этапе вычислений с использованием адекватного математического инструментария это позволит получить количественную оценку уровня конкурентоспособности СКС Беларуси. Так, изложенное теоретическое обоснование нового методического подхода к изучению конкурентоспособности СКС на этапе прикладных исследований ложится в основу определения современного уровня и проявлений деятельности по повышению международной конкурентоспособности СКС.

Таким образом, при теоретическом обосновании методического подхода к изучению конкурентоспособности СКС впервые был применен процессный подход, когда каждая из характерных для туризма форм конкуренции осуществляется посредством соответствующего экономико-

управленческого процесса или системы процессов, а конкурентоспособность как свойство на уровне СКС (т. е. подотрасли туристического комплекса) определяется результатом действия данных процессов. Сами экономико-управленческие процессы формируются конкретными управленческими задачами (сопроцессами), степень развития которых будет количественно оценена на этапе прикладных исследований с помощью инструмента бенчмаркинга, что позволит определить уровень конкурентоспособности СКС Беларуси.

Литература

1. *Траскевич, А. Г.* Организационно-экономические проблемы развития санаторно-курортного хозяйства Беларуси на этапе реформирования / А. Г. Траскевич // Молоді науковці – географічній науці: матеріали Междунар. науч. конф., Киев, 24–25 окт. 2007 г. / Киевский национальный ун-т им. Т. Шевченко. – Киев, 2007. – С. 161–166.
2. *Траскевич, А. Г.* Понятие санаторно-курортного сегмента туристического рынка / А. Г. Траскевич // Новая экономика. – 2012. – № 1. – С. 134–142.
3. *Cohen, M.* Understanding the Global Spa Industry: Spa Management / M. Cohen, G. Bodeker. – Oxford [etc.]: Elsevier, 2009. – 465 p.
4. *Smith, M.* Health and wellness tourism / M. Smith, L. Puczko. – Oxford [etc.]: Elsevier, 2009. – 400 p.
5. *Muller, H.* Wellness tourism: market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry // H. Muller, E. L. Kaufmann / J. of Vacation Marketing. – 2000. – Vol. 7, № 1. – P. 5–17.
6. *Tabacchi, M. H.* Current Research and Events in the Spa Industry / M. H. Tabacchi // Cornell Hospitality Quarterly. – 2010. – Vol. 51, № 1. – P. 102–117.
7. *Ветитнев, А. М.* Сервисно-ориентированная концепция управления санаторно-курортными организациями в рыночных условиях: автореф. дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05 / А. М. Ветитнев. – М., 2005. – 43 с.
8. *Журавлев, В. В.* Формирование системы управления качеством санаторно-курортного продукта: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / В. В. Журавлев. – Сочи, 2003. – 132 л.
9. *Талятов, А. И.* Формирование предпринимательства в частном санаторном и туристическом комплексе: (на примере СЗФО): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А. И. Талятов; Балтийская акад. туризма и предпринимательства. – СПб., 2007. – 23 с.
10. *Гасанова, Т. В.* Эффективность и конкурентоспособность / Т. В. Гасанова. – Гомель: [б. и.], 2008. – 172 с.
11. *Алиев, З. Т.* Конкурентоспособность России в условиях глобализирующегося мира / З. Т. Алиев. – М.: [б. и.], 2009. – 180 с.
12. *Философова, Т. Г.* Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие для вузов по направлениям «Менеджмент» (080500), «Экономика» (080100) / Т. Г. Философова, В. А. Быков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 271 с.
13. *Фатхутдинов, Р. А.* Стратегический маркетинг: по экономическим специальностям и направлениям: учеб. для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – СПб. [и др.]: Питер: Питер принт, 2006. – 346 с.
14. *Чайникова, Л. Н.* Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие: по направлениям «Финансы», «Менеджмент» / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2007. – 192 с.
15. *Волонцевич, Е. Ф.* Конкурентоспособность фирм: курс лекций для студентов специальности «Коммерч. деятельность» / Е. Ф. Волонцевич. – Минск: БГЭУ, 2003. – 103 с.
16. Конкурентоспособность национальной экономики. Внешняя торговля: состояние и перспективы / М. В. Мясников [и др.]. – Минск: Право и экономика; Ин-т экономики, 2002. – 129 с.
17. *Ritchie, J. R. B.* The competitive destination: a sustainable tourism perspective. / J. R. B. Ritchie, G. I. Crouch. – Oxford: CAB International, 2003. – 269 p.
18. *Tikkanen, I.* Maslow's hierarchy and food tourism in Finland: five cases / I. Tikkanen // British Food J. – 2007. – Vol. 109, № 9. – P. 721–734.
19. Wellness tourism and medical tourism: where do spas fit?: research report / Global spa summit; K. Johnston, L. Puczko, M. Smith, S. Ellis [Electronic resource]. – 2011. – Mode of access: http://www.globalspaandwellnesssummit.org/images/stories/pdf/spas_wellness_medical_tourism_report_final.pdf. – Date of access: 20.08.2013.
20. *Магомедов, Ш. Ш.* Конкурентоспособность товаров: учеб. пособие / Ш. Ш. Магомедов. – М.: Дашков и К, 2003. – 293 с.
21. *Кабушкин, Н. И.* Управление гостиницами и ресторанами: учеб. пособие для студентов вузов по специальности «Экономика и управление туристской индустрией» / Н. И. Кабушкин. – Минск: БГЭУ, 2009. – 415, [1] с.

A. G. TRASKEVICH

STUDIES OF COMPETITIVE ABILITIES OF THE TOURIST MARKET IN BRANCH OF THE SANATORIA AND HEALTH RESORTS

Summary

Recently researchers have suggested a multidimensional and focused approach towards competitiveness investigations in tourism. There is lack of such adaptive methodical approaches for the sanatoria segment of tourist market despite the great role of the latter in the tourism industry of the post-Soviet countries.

This paper addresses the appropriate methodical approach to investigate the sanatoria segment competitiveness. Specifics of the basic forms of competition typical for tourist industry have been analyzed for the health and wellness tourism. Process approaches to the definition of sanatoria segment competitiveness have been presented in the article. System of specific economic and managerial processes and sub-processes qualifies characteristics for the subject of inquiry.