

Н. О. Козляковская

Научный руководитель – А. Г. Траскевич
БГЭУ (Минск)

ВНЕДРЕНИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ ДЛЯ СЕГМЕНТА БЕРЕМЕННЫХ ЖЕНЩИН В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ БЕЛАРУСИ

Санаторно-курортный турпродукт (далее – СКП) для беременных женщин на сегодняшний день существует во многих странах мира, является достаточно актуальным и востребованным [1]. Отмеченная глобальная тенденция развития спа-индустрии постепенно проявляется и в санаторно-курортном бизнесе, где в последнее время открываются спа-центры, которые делают данное направление своей первой и единственной специализацией. Исследование, представленное нами в данной публикации, преследует целью изучить перспективы реализации отмеченной рыночной тенденции в санаторно-курортном хозяйстве Беларуси на текущем этапе активного развития рыночных функций последнего.

На данный момент в Беларуси хотя и является общепризнанной со стороны медиков необходимость в дополнительном оздоровлении для беременных женщин, в соответствующем сегменте рынка не представлена. Вместе с тем на сегодняшний день на национальном рынке уже достаточно очерчен «заинтересованный» сегмент спроса на лечебно-оздоровительные услуги для беременных, что позволяет сделать вывод об актуальности, целесообразности и, в перспективе, экономической выгоде от внедрения данной продуктовой инновации.

Предпосылкой для успешной адаптации СКП для беременных женщин к белорусскому рынку лечебно-оздоровительного туризма может стать тот факт, что тогда как в зарубежных спа-центрах для беременных в большинстве случаев доминируют услуги косметического характера (уход за кожей лица и тела, расслабляющие массажи, обертывания, маникюр, педикюр и т. д.), в белорусских здравницах (при наличии тех же косметических процедур) основную позицию занимают чаще более необходимые и эффективные для беременных медико-реабилитационные услуги. Также белорусские санаторно-курортные организации (далее – СКО) располагают квалифицированным медицинским персоналом, в том числе узкоспециализированными врачами, что в совокупности с потенциалом имеющихся естественных курортных ресурсов повышает потенциальную конкурентоспособность отечественных СКО относительно зарубежных для такого сегмента потенциальных клиентов, как беременные женщины.

По результатам анализа особенностей продуктовой и маркетинговой политики СКО Беларуси, выполненной в ходе работы над электронным каталогом санаториев Беларуси, нами сделан вывод о необходимости сле-

дующих нововведений и преобразований для успешной реализации потенциальных рыночных возможностей в данном сегменте. В первую очередь представляется необходимым переосмысление сущности и роли СКО в национальной туристической индустрии, т. е. концептуальные инновации [2]. Следующим шагом должно стать изучение мирового опыта оказания лечебно-оздоровительных и спа-услуг беременным женщинам, его адаптация под имеющуюся ресурсную и материально-техническую базу белорусского санаторно-курортного сегмента, а также национальную философию организации лечебно-оздоровительного туризма. Кроме того, необходима поддержка на государственном уровне идеи инновационного менеджмента в СКО и объективная оценка важности предоставления лечебно-оздоровительных услуг для сегмента беременных женщин. Дальнейшими мерами, по нашему мнению, должны стать адаптация имеющихся и 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 СКО, преобладающей направленностью которых будет предоставление санаторно-курортных услуг беременным женщинам.

Список литературы

1. *Cohen, M.* Understanding the Global Spa Industry: Spa Management / M. Cohen, G. Bodeker. – Oxford, UK 2009. Elsevier. – P. 18.
2. *Траскевич, А. Г.* Концептуальные инновации в санаторно-курортном сегменте туристического рынка Беларуси / А. Г. Траскевич // Новая экономика. – 2010. – № 1. – С. 146–153.

Е. В. Лелей

Научный руководитель – кандидат экономических наук

Г. А. Бондаренко

БГУ (Минск)

МІСЕ-ІНДУСТРІЯ В БЕЛАРУСІ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Бизнес-туризм сегодня является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. К 2020 г. в мире прогнозируется увеличение потока бизнес-туристов в три раза, а капиталоборота в этой области – в шесть раз по сравнению с 2009 г. Это свидетельствует о том, что данный вид туризма является ключевым элементом стимулирования национальной экономики любого государства. Деловой туризм проявляется через участие в выставках, конгрессах, бизнес-образовании, инсентив-турах и др. Существенную роль в развитии бизнес-туризма играет развитие МІСЕ-индустрии. Международная аббревиатура МІСЕ, принятая для обозначения деловых мероприятий, расшифровывается как

184