

---

# Особенности разработки и выведения на рынок новых услуг в санаторно-курортной сфере

**Кетова Наталья Петровна**

д. э. н., проф.,  
зав. кафедрой маркетинга и коммуникаций в бизнесе  
Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону  
E-mail: [kmik2012@mail.ru](mailto:kmik2012@mail.ru)

**Кримлян Элеонора Андрониковна**

Студентка 1-ого курса магистратуры  
факультета управления направления  
38.04.02. «Менеджмент», программа «Маркетинг»,  
Южный федеральный университет,  
г. Ростов-на-Дону  
E-mail: [ekrimlyan@bk.ru](mailto:ekrimlyan@bk.ru)

**Аннотация:** В статье представлено сопоставление понятий новых товаров, даны этапы прохождения или адаптации к условиям рынка. Рассматриваются факторы, обуславливающие потребности в постоянном обновлении продуктовой номенклатуры, рассмотрены инновационные виды санаторно-курортных услуг.

**Ключевые слова:** новые услуги, санаторно-курортная сфера, инновационные товары и услуги, туристский продукт.

Новый товар или услуга — это предмет потребления или использования, удовлетворяющий новые потребности человека, или более полно удовлетворяющий сложившиеся потребности. Свойства товара, которые обуславливают его принадлежность к категории «новый товар» (услуга), следует считать проявлением новизны. Инновация в сфере услуг — это новшество в самой услуге в её производстве, предоставлении и потреблении[1, с. 15-16].

Разработка услуги-новинки включает в себя такие этапы, как: поиск идеи; её отбор; разработку замысла и его проверку; разработку стратегии маркетинга; бизнес-анализ маркетинговых возможностей; разработку услуги; испытание услуги в рыночных условиях; оценку воспринимаемости новой услуги потребителем.

Отобранные идеи представляются в виде целостной концепции любой услуги.

На начальном этапе ясно определяются: идея услуги; концепция новой услуги; имидж услуги-новинки.

Следующий этап — разработка стратегии маркетинга. Она охватывает разработку планируемой позиции услуги, долю рынка, которую она может занимать, целевую прибыль, объем оказываемых услуг, планируемую цену услуги-новинки и особенности комплекса маркетинга, формируемого по поводу её продвижения на рынок.

Испытание услуги в рыночных условиях (пробный маркетинг), практически завершает процесс разработки новой услуги[2, с. 373-378].

Потребность в обновлении продуктовой номенклатуры услуг в сфере санаторно-курортного обслуживания обусловлена внутренними и внешними факторами.

*Внутренние* выражаются необходимостью устойчивого функционирования санаторно-

---

курортного комплекса, привлечения новых клиентов, обеспечения лояльности тех, кто является постоянным клиентом таких учреждений лечения и отдыха.

*Внешние* выражаются необходимостью удовлетворения постоянно меняющихся потребностей, изменениями состояния рынка и конкурентных отношений.

Высокая потребность в санаторно-курортном лечении вызывает необходимость совершенствования и поиска новых путей повышения его эффективности и интенсификации. В этом плане необходимо улучшение не только правильного отбора и направления больных на санаторно—курортное лечение, но и разработку стандартов лечебно-оздоровительных технологий, которые обеспечивают оптимизацию наряду с природными и переформированными факторами, трудовыми, техническими и финансовыми ресурсами.

На сегодняшний день недостаточно использовать только традиционные виды санаторно-курортного лечения, такие как: аэротерапия, гелиотерапия талассотерапия, озонотерапия, гипнотерапия, обтирания, апитерапия, ванны из углекислых минеральных вод и многие другие. Ибо на данный момент, при всей значимости традиционных видов лечения, наиболее конкурентоспособным товаром на санаторно-курортном рынке услуг являются новые методы лечения и сохранения здоровья. В их числе следует назвать: дистанционную литотерапию, нормобарическую гипокситерапию, гипербарическую оксигенацию, фитоаэрионизацию, клеточную терапию, радиоволновый биполярный лифтинг на аппарате Reaction, PRP-терапию[5].

Если рассматривать санаторно-курортную сферу на примере Республики Абхазия, то можно заметить, что, несмотря на многообразие ресурсов таких как: мягкий субтропический климат, морской воздух, обогащенный фитонцидами хвойных растений и эвкалиптов, а также горячие сероводородные источники, грязи и минеральные воды, данная сфера деятельности развита недостаточно и опирается в большинстве своём только на традиционные методы лечения. Из достаточно большого количества действующих санаториев, собственную лечебную базу имеют лишь единицы («Амра», «Сана», «им.Челюскинцев», ДО «Солнечный», пансионат «Кавказ», [ДО «Питиус»](#), «Апсны», [«Самшитовая роща»](#), [«Литфонд»](#)), что отрицательно сказывается на санаторно-курортной сфере в целом всей страны[3].

Улучшить состояние в данной сфере республики возможно только при введении ряда новых услуг и совершенствованию уже существующих. К таким видам услуг можно отнести:

- 1) нормобарическую гипокситерапию (оздоровление организма путем расширения возможностей использования физиологических резервов);
- 2) клеточную терапию (основанную на применении регенеративного потенциала собственных клеток взрослого организма для лечения ряда тяжелых заболеваний)[6];
- 3) фитоаэрионизацию (основанную на использовании ударного воздействия ультразвука на гидроаэрозоль с эфирными маслами);
- 4) гипербарическую оксигенацию (метод применения кислорода под высоким давлением в лечебных целях);
- 5) методику полисенсорной-полирецепторной антистрессовой терапии (альфа-капсула)[4].

Целесообразным представляется также использовать такую инновационную технологию, как радиоволновый биполярный термолифтинг на аппарате Reaction, (воздействие на кожу высокочастотным электрическим током, в результате чего можно добиться стойкого эффекта омоложения кожи лица и тела);

Перспективным можно считать также такие процедуры, как: дистанционная литотрипсия (процедура, применяемая для дробления почечных камней, размер которых не позволяет

---

им самостоятельно пройти через мочевыводящие пути); PRP-терапия (при которой в качестве лечебного материала используется собственная плазма человека, обогащённая тромбоцитами) и др.

Таким образом, обобщая вышесказанное, можно сформулировать следующие выводы:

1. Современным санаторно-курортным организациям для эффективной деятельности необходимо ориентироваться на совершенствование и поиск новых путей лечения и расширения предоставляемых дополнительных услуг.

2. При разработке услуги-новинки необходимо учитывать все этапы её прохождения и всевозможные виды рисков для успешного вывода на рынок данной услуги. К числу таких услуг, как правило, относят: дистанционную литотерапию, нормобарическую гипокситерапию, гипербарическую оксигенацию, фитоазрионизацию, клеточную терапию, радиоволновый беполлярный лифтинг на аппарате Reaction, PRP-терапию и др.

3. Помимо традиционных методов лечения (например, талласотерапия, гелиотерапия, аэротерапия, гидротерапия, физиотерапия, глинолечение) необходимо использовать и инновационные способы, что позволит компании, предоставляющей санаторно-курортные услуги стать более конкурентоспособной.

#### **Список использованных источников:**

1. Токарева О.Е. Теоретические аспекты анализа сущности инноваций в сфере услуг // вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. — 2016. — № 7. — С.15-16;
2. Лимонов В.И. Специфика санаторно-курортной деятельности в условиях рыночной деятельности в условиях рыночной экономики // Фундаментальные исследования. — 2016. — № 9-2. — С. 373-378;
3. <http://abkhazia-tour.ru/lechenie-v-abkhazii.html> (Дата обращения 20.02.2018г.);
4. <https://www.biokrasota.ru/article4833/> (Дата обращения 22.02.2018г.);
5. <http://www.sanatoria.ru/text.php?id=786> (Дата обращения 25.02.2018г.);
6. <http://www.stvolkletki.ru/lechenie/> (Дата обращения 01.03.2018г.)