



РОЛЯТА НА ИНОВАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ЗА ПОВИШАВАНЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ЗДРАВНИЯ ТУРИЗЪМ

гл. ас. д-р Албена Дашева Янакиева
Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ – Бургас

THE ROLE OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF HEALTH TOURISM

Albena Yanakieva, Assistant Prof., PhD
„Prof. D-r. Assen Zlatarov” University – Bourgas

Abstract: *An organization that strives to maintain and strengthen its position on the market and increase its competitiveness needs to implement an appropriate innovation policy defining the objectives of the innovation strategy and the mechanisms for supporting the priority innovation programs and projects. As one of the rapidly growing specialized species, health tourism is facing the challenge of meeting the needs and demand of consumers through a comprehensive innovative product and competitive services. That is why innovation is an important element in the management of health tourism, oriented towards high efficiency and quality service to consumers, aiming to satisfy their needs for resting, physical recovering and stabilization of the general mental and physical condition. Innovations in health tourism are sequenced to the consumer's need for quality health services and the implementation of effective processes from the development of the overall activity of the health-rehabilitation enterprises. These processes require optimization of the existing tourism product by introducing new components that characterize its profile. Therefore, innovative technologies also appear to respond to the demand for alternatives to the mass standardized product.*

Key words: *innovation, health tourism, technological innovation, competitiveness*

Въведение

В основата на иновациите стоят научната и развойна дейност, предшествани от мотива за съзидателно-творческа инициатива, водеща до промени в структурата на знанието и повишаване на конкурентоспособността на организацията. Иновационният ѝ капацитет може да има диференциран характер, под формата на по-усъвършенстван продукт или услуга, удовлетворяващи в по-висока степен нуждите на потребителите, апробация на нов производствен или технологичен процес и др. Като един от бързоразвиващите се специализирани видове туризъм, здравният туризъм трябва да отговори на нуждите и търсенето на потребителите чрез комплексен високоефективен иновативен продукт, имащ за цел да задоволи потребностите им от почивка, физическо възстановяване и стабилизиране на общото психическо и физическо състояние в извънболнична обстановка. Иновациите се явяват важен елемент от управлението на здравния туризъм и изискват не просто трансфер на знания, но също

така и ефективно приложим организационен и ресурсен капацитет. Спецификата на дейностите за създаване на цялостния пазарен продукт в този сектор е свързана с използването на разнообразни природни и антропогенни туристически ресурси, привличане на определен тип пазарен сегмент, задоволяване на индивидуални потребителски нужди и използването на иновативни методи и механизми за обезпечаване и оценка на конкурентоспособността. Обект на настоящото изследване е приложимостта на иновационните технологии в здравния туризъм, свързани с подобрене и повишение на качеството на туристическото обслужване. Основните цели са насочени към наблюдение на тяхната значимост, характеристика, оценка и резултатност.

Изложение

Иновации и параметри за оценяването им

Редица експерти в областта на стратегическото управление определят иновационните технологии и ефективното им използване като: „Съвкупност от методи на управление на цялостната структура на предприятието с използване на нововъведения в основните функции на управление, които позволяват ефективно да се реализира стратегията на предприятието и да се повиши неговата конкурентоспособност.“ Рамкирането на термина „иновация“ е изключително трудно. Някои автори изграждат обосновката му чрез тезата за технологично „тласканите“ от страна на предлагането и „дърпаните“ от страна на търсенето фактори в организацията, зависими от степента ѝ на развитие, и способност да трансферира външно знание към своята практика. Други свързват иновациите с процеса и самия продукт чрез нарастване на технологичното ниво на доставчиците по веригата за добавена стойност. Трети се ориентират към очакванията, потребностите и изискванията на потребителите, които изискват адекватен иновативен отговор от страна на предлагането. [5] Австрийският учен Йозеф Шумпетер очертава една от първите формулировки на термина като: „нова, научно-организационна комбинация от производствени фактори, мотивирани от предприемачески дух“. Смятайки, че глобалното икономическо развитие се дължи именно на иновации, тълкува вътрешната логика на нововъведението като нов момент на динамизация на икономическото развитие, нова производствено-организационна среда, където старите форми на съществуване биват унищожени и заместени от нови, т.нар. разрушителни, съзидателни промени. Размерът на промяната зависи от степен на наложителност и въздействие на факторите. Въз основа на този критерий, тя бива: постепенна, бавна (инкрементална) и основна, голяма (радикална). Инкременталният (постъпков) модел на промяната разбира процеса на трансформация в организацията като непрекъснат процес от малки промени, чието изпълнение достига до глобалната и основна цел на организационната промяна. Шумпетер изтъква радикалните, а не инкременталните (постъпкови) процеси като причина за съзидателното разрушение и класифицира следните типове иновации:

- Разработка на нов продукт или на по-качествен съществуващ;
- Разработка и внедряване на нов метод за производство;
- Разширяване на пазарни позиции и създаване на нова пазарна структура на даден пазар;
- Развиване и използване на непознати досега инструменти и източници за ресурси;
- Промяна в управлението и организацията на дейността.



В последните години, предложенията за подобрения стават все по-налагащи се и иновационните процеси започват да се имплементират върху организационни области, като се акцентира върху разпространението им, трансфера, приложение и адаптация в практиката. За да отговори на изискванията за иновация даден феномен, независимо от областта на човешка дейност и обществено функциониране, където той е формиран и прилаган, трябва да притежава следните базови фактори на развитие:

- Новост – да притежава качествено различна степен на усъвършенстване спрямо предходен феномен от подобен клас или вид, или нововъведение, което досега не е съществувало във времето и пространството;
- Значителна позитивна стойност – за да бъде приет за иновация, трябва да създава силен позитивен ефект в сравнение с предходни феномени от същия клас и вид или като ново действие, функциониране, откритие;
- Минимални разходи – позитивният ефект на иновацията да се постига с минимални разходи или съотношението позитивен ефект – разходи да бъде многократно в полза на ефекта. [6]

Анализът на икономическото развитие на предприятието съдържа набор от определени параметри за формирането на иновационна политика. Елементи на иновационен потенциал, определящи степента на възможност за разработването и внедряването на нови методи са: финансови ресурси, персонал, материално-техническа база, интелектуална собственост, организационно-управленчески показатели и т.н. Параметрите за оценка ефективността на приложените иновационни технологии в стратегическото управление на здравна организация в туристическия сектор са: [6]

1. Качество на иновационни цели – съответствие на иновационните цели с мисията, възможности и заплахи от външната среда, взаимовръзка с другите стратегии;
2. Ниво на иновационен потенциал – способност на ръководството да мобилизира и ефективно да използва ресурси и информация;
3. Ниво на привлечените капиталовложения – определяне на източниците на инвестиции, способност на ръководството за тяхното привличане в необходимия обем;
4. Методи и ориентири, използвани при провеждането на иновационни изменения – активност при внедряването на иновационни прийоми, преодоляване на потенциалното и реално съпротивление на измененията, използване на концепции и методи, направления на получените реални конкурентни преимущества;
5. Съответствие между реакцията на предприятието с характера на стратегическата ситуация – използване на съответстващи стратегически ситуации на типа поведение на предприятието, имайки предвид състоянието на обекта и състоянието на средата: реактивно, активно и планово-прогнозно;
6. Скорост на разработка и реализация на иновационната стратегия – интензивност на действията по провеждането на иновации, осъществяване на иновационни изменения;
7. Обоснованост на реализираното ниво на иновация – съответствие и адекватност на иновацията със състоянието на външната и вътрешната среда.

Иновационни технологии в здравния туризъм

Иновационните технологии в здравния туризъм представляват по своята същност съвкупност от информационни, механични, физични, химични (включително лекарствени), биологични методи за диагностика и лечение на различни заболявания, травми или нетипични състояния на дискомфорт. Те трябва да са целево ориентирани към оптимизация на съществуващия здравно-туристически продукт чрез внедряване на нови компоненти, характеризиращи профила му в контекста на здравните услуги, с използване на наличните географски, природни и антропогенни ресурси. Притежавайки капацитета за развитие на иновационна дейност, здравно-туристическата организация трябва да се стреми не само към технологично развитие с цел – печалба, а към същинската съзидателна инициатива – промяна на културата на средата и навиците и поведението на потребителите. Детайлното и гъвкаво внедряване на иновационни технологии, адекватни на съвременните туристически потребности, акцентира върху изследване на равновесието между търсене и предлагане на съответната здравна услуга и прецизно оформяне на етапите от производствено-технологичния процес. Тенденция в желанията на потребителите на туристически услуги със здравна насоченост е към туристически пакети, включващи пълен комплект медицински процедури, насочени към индивидуалните нужди от медицинска грижа, възстановяване на здравословното състояние, заедно с настаняване, храна, транспорт, спортно-развлекателни инициативи. Здравният туризъм трябва да ги съчетае, изпълнявайки изискванията на потребителската среда към качество на туристическите услуги с лечебна цел, чрез иновативни практики и реализиране на ефективни процеси в развитието на цялостната дейност на здравно-възстановителните предприятия. По-висока конкурентоспособност, по-високи приходи и печалба, степен на качествени здравни грижи чрез технологично оборудване са основните цели, осъществими чрез иновативни практики.

Като **видове иновации** в туризма, най-често се обособяват следните основни групи: технологични иновации; пазарни и маркетингови иновации; продуктови иновации; организационни иновации. Една от класификациите за водещите иновации в туризма, е следната:

1. Повишената социална и физическа ефективност
2. Създаване на рекреационни ползи и удоволствие за туристите
3. Промяна в операциите, производителността и използването на ресурси
4. Промени в характеристиките и разновидностите на туристическите продукти и услуги
5. Повишена мобилност
6. Поява и формиране на нови дестинации
7. Институционални иновации (логика и властови връзки)
8. Промяна в начина на процесна обработка и предаване на информацията. [5]

Внедряването на иновация се нуждае от стройна концепция относно етапите по осъществяването и остойностяването ѝ с необходимите материални и нематериални ресурси. Технологичните иновации изискват детайлно оформен бизнес план за прилагането им, тъй като ресурсите за тях са най-големи. Затова и процесът по вземане на решение за внедряването им се реализира поетапно, чрез прецизно наблюдаване на вътрешната и външната пазарна среда на обектите в здравния туризъм. Вътрешната среда предполага възможностите, свързани с обогатяване на асортимент, качество и цена на услугите, като не се превишават средните производствени разходи и се



инвестира с минимум средства. Външната предполага да се направи сравнителна характеристика на параметри на показатели за водещи бизнес единици в сектора или средни стойности за стратегическата група.

Съществена тежест при вземането на важното управленско решение с иновационна насоченост е да се направи адекватна оценка и комплексно изследване за наличието на сходни във времето иновации, поради динамично протичащия им жизнен цикъл и характерната динамика в отрасъла.

Етапи при внедряване на технологични иновации в здравния туризъм

Развитието на здравния туризъм изисква все повече внедряването на високотехнологични медицински и рекреационни услуги. В съответствие с определението за технологични иновации в сферата на услугите, иновация в здравния туризъм би могло да се счита технологичната, ако начина на оказване на услуга с медицински характер е принципно нова или усъвършенствана в технологично отношение. Технологичните иновации доста често са скъпоструващи и тяхното прилагане зависи от инвестиционните намерения на даденото туристическо предприятие със здравна насоченост. Но ефективността се предопределя от повишеното качество на туристическото обслужване чрез тях и мениджърите ги взаимстват по установените дистрибуционни канали. Например, основни и задължителни технологии, които се внедриха в повечето високотехнологичните рекреационни комплекси са: контрол на достъпа с ключ карти, паник бутон в стаята, безжичен интернет, видеонаблюдение и др, но високотехнологичните иновации, свързани с медицински услуги все още са в процес на развитие и са насочени към внедряване на нови медицински технологии, препарати, свързани с възстановителен ефект. Така както в лечебните заведения, и в центровете с релаксиращ характер, високотехнологичната медицинска помощ е със социално-икономическа значимост. Непосредственото внедряване на технологични иновации в здравно-възстановителните организации се предшества от разработката и приемането на управленското решение, чийто алгоритъм е следният:

1. Определяне на целите

2. Критерии на резултативност

3. Анализ и оценка на проблемите. В този етап се осъществява изучаване и класификация на свойствата на новите технологии със здравна насоченост на основата на системен анализ на международните качествени клинични и неклинични изследвания. Аналитичното изследване се състои от следните етапи:

3.1. Анализ на данните от международни изследвания;

3.2. Събиране и окомплектоване на информацията;

3.3. Обработка на информацията;

3.4. Анализ на информацията;

3.5. Характеристика на новите технологии: анализ на ефекта (съотношение полза – риск); оценка на ефективността (съотношение стойност – ефект); оценка на резултативността (съотношение предполагаеми и получени резултати).

4. Проучване на потенциалния потребителски пазар. На този етап оценката на потребителския пазар предполага:

4.1. Оценка на демографската ситуация (епидемиологични данни – заболяемост);

4.2. Изучаване на целевите групи;

- 4.3. Предпочитания и нагласи на клиентите в сектора на здравния туризъм и в частност, медицинския, за сътрудничество и позитивно отношение за възползване от иновативните нововъведения;
- 4.4. Изучаване на достъпността на медицински и друг вид здравни услуги (географска, финансова).

5. Оценка на възможностите и целесъобразността по реализацията на пилотния проект. Етапът по разработката и приемане на управленско решение за внедряване на технологичните иновации се явява оценката за възможностите за реализация на пилотния проект чрез:

- 5.1. Характеристика на материално-техническата база;
- 5.2. Оценка на обезпечеността на здравно-възстановителното заведение с персонал (кадрови състав и квалификация);
- 5.3. Пресмятане на финансовите загуби по реализация на проекта;
- 5.4. Привличане на инвеститори за недостатъчните ресурси.

След анализа на резултатите на пилотния проект се приема решение за възможностите за внедряване на нововъведенията в здравно-туристическите организации. За окончателното решение, свързано с инициране на действия е необходимо да се проучат всички възможни характеристики на високотехнологичните услуги. Преди този процес, обаче, се анализират научните разработки в областта на здравните услуги в сектора, както и оценка на възможностите на самото здравно-възстановително заведение. Голямо значение имат резултатите от анализа на потребителската структура (достъпност и търсене на услугите). Целесъобразни са изборът на подходящите целеви групи, създаването на експертни групи от специалисти за иновациите и други мероприятия, целящи набирането на информация за приемането на оптималното решение. Тук е важно да се осъществят прогнози за цени и ценообразуване, тъй като в повечето случаи този фактор определя търсенето и достъпността им от населението и целевата група потребители на иновационни технологии. При тези анализи се използват най-често статистически и математически методи.

6. Разработка на варианти на решение

7. Оценка и сравняване на вариантите

8. Избор на решение

9. Документално оформление

10. Организация по изпълнение на решението. За реализацията на окончателно решение за внедряване на нови технологии в здравния туризъм се съставя бизнес-план с конкретизираща последователност по изпълнение на решението.

11. Контрол

12. Корекции

13. Анализ на резултатите

14. Приемане на решения, на основание на получените резултати, с внедряване или отхвърляне на новите иновационни технологии. [3]

Добри практики в здравния туризъм

Високотехнологичните услуги с възстановителен характер трябва да бъдат съществена част от стратегическите планове в дейността на лечебни центрове, санаториуми, СПА и Уелнес заведения за постигането на задоволителен здравен статус у пациентите. Особено значение специалистите придават на достъпността и ефективността на: нови подходи в предоставянето на здравни грижи, дигиталните иновации,



новоразработени и усъвършенствани здравни бази данни, телемедицина, електронен медицински регистър, технологични иновации в сектора на здравеопазването. [4] Фактори на влияние за предоставянето им на регионалния потребителски пазар са: икономическото състояние на региона (възможности на регионалния бюджет, наличие на други фондове и др.), демографски и географски особености на региона, териториална близост с други медицински центрове, предлагащи високотехнологични услуги, достъп и вид на необходимата информация за високотехнологичните услуги, подготовка и квалификация на кадрите и специалистите и др. Специалистите и ръководителите, отговарящи за формиране на цялостната политика за предлагане на високотехнологични медицински услуги често залагат на синергия между стратегиите за развитие на здравно-възстановителния обект и съответното населено място, която трябва задължително да се наблюдава в цялостния процес на внедряване на иновациите. Все повече балнеоложки обекти съчетават естествените ресурси на региона и лечение с най-нови технологии в медицинския СПА туризъм за постигането на качествен, комплексен продукт, осъществен от екип от здравни професионалисти. Според Румен Драганов „иновативните практики за отговорен спа туризъм са в обогатяване на съществуващите знания, касаещи детерминантите в теорията за екосистемите и екосистемните услуги и по-специално в контекста на опазване на богатите природни и минерални ресурси и подобряване квалификацията на кадрите в балнеолечебните (медицински, СПА и Уелнес) центрове, и таласотерапевтичните центрове“ Преформулиране на туристическата политика за опазване на заобикалящата среда и ресурсите на тези центрове в полза на обществото, повишаване на квалификациите на специалистите в здравния туризъм, създаването на удобни транспортни връзки на база на чартърни, авиационни и автобусни програми, въвеждането на ваучери за превенция на здравето и иновативна политика са ключови за повишаване на конкурентоспособността на туристическата дестинация. [2] Избирайки дестинация и обект за рехабилитация или релакс, клиентът-пациент се интересува преди всичко от основния продукт в медицинския, СПА център, касаещ програмите за профилактика като: терапии на опорно двигателен апарат, периферна нервна система, проблеми на гръбначния стълб, стерилитет, затлъстяване и метаболитни изменения, и съответното технологично оборудване. На втори план изискванията са свързани с настаняването. Пример за иновация със синергичен ефект в здравния туризъм е програмата Hotels Bridging Healthcare, която включва медицинско възстановяване чрез комфорта на луксозен хотел. Като концепция за смесена употреба се създава иновативен бизнес модел, който да удовлетвори специфичните медицински нужди на пациентите и техните семейства в допълваща комфортна среда, характерна за съвременните СПА центрове. [1] Статистиката показва, че около 75% от всички болнични услуги днес в развитите страни са свързани с хотели и обслужване, което ще се развива успоредно с нарастването на медицинския, профилактичния, СПА и Уелнес туризма. Заедно дават възможност медицинските заведения да диверсифицират дейността си и по този начин да диференцират продукта си.

Високотехнологична медицина, съчетана с комфортен възстановителен период е съществена част от психологическото и физическо възстановяване на пациентите. Не на последно място е и равнището на ценовите практики по света в тази област. Цената на операция на сърдечната клапа в Индия, Тайланд или Южна Африка, включваща също така самолетни билети и кратка ваканция е много по-ниска от тези в Европа и САЩ. Факторите, които допринасят за високия рейтинг на медицинския туризъм в Индия чрез класическите и алтернативните му форми са свързани със съчетание от ниска цена, високотехнологични иновации, висококвалифицирани специа-

листи в областта на медицината, както и уединени комфортни места за възстановяване. Друг пример е Гранд Ризорт Бад Рагаз в Швейцария, продължил традицията на Медицински център, основан през 60-те години в областта на амбулаторната диагностика, профилактиката, терапията и рехабилитацията и понастоящем развиващ интензивно рехабилитационното лечение в Швейцария. [1] В клиниката на пациентите се предлага целият спектър от ексклузивни лечебно-оздравителни туристически услуги – Медицински център, един от най-големите в Европа Термал СПА комплекс, ресторанти, отличени със звезда Мишлен и ГоМийо, разнообразни спортни развлечения, казина и т.н. Мускулно-скелетна рехабилитация, психосоматична рехабилитация, ортопедия, ревматология, вътрешна медицина, пневмология и нефрология, хранене, тренировка и метаболитно оптимизиране, гинекология, дерматология, зъблечение са част от медицинските области, съчетани като уникална комбинация от първокласна рехабилитация с високотехнологични съоръжения и ексклузивни петзвездни грижи.

Ефективна иновационна политика в здравния туризъм може да се постигне чрез кооперативни сдружения, мрежови модели, сътрудничество в области като технологии, маркетинг, човешки ресурси. Преориентирайки се към активна иновационна дейност, туристическите предприятия могат да постигат икономии от мащаба, чрез въвеждането на нови технологии. Глобалните дистрибуционни системи, най-новите постижения в телекомуникациите, електронен медицински регистър, базите данни и обработването им, електронният маркетинг и др. предоставят много нови възможности и за здравно насочения туристически бизнес.

Заключение

Механизмите за реструктуриране и сътрудничество ще спомогнат за приспособяването на здравните туристически предприятия към иновационни промени за високо качество на здравно-възстановителния туристически продукт. Здравните туристическите предприятия ще трябва да увеличават производителността и да придобиват пазарна мощ чрез внедряване на технологии, ефективен маркетинг, трансгранично движение на пациенти, поддържаща ценова политика, въвеждане на системата за здравни ваучери – за превенция и рехабилитация, допълнителното здравно осигуряване и др. При избор на направление за иновационно развитие всяко здравно-туристическо предприятие е необходимо да вземе под внимание външна и вътрешна среда, иновационен климат, позиция, потенциал, ефективност на иновационните технологии. Самият процес на внедряване на иновационни подходи в стратегическото му управление се явява способ за реално достигане и реализиране на целите на предприятието, обезпечаващи неговото конкурентно преимущество.

Литература:

1. Василев, М. Иновации в здравния туризъм, https://www.infobusiness.bcci.bg/content/file/Vasilev_Mihail_25.10_.2018_g_InnovationHealthTourism4_.pdf, 2018
2. Драганов, Р. Иновативни практики за отговорен спа туризъм, Международна научна конференция „Икономическо благосъстояние чрез споделяне на знания“, https://dlib.uni-svistov.bg/bitstream/handle/10610/3049/n35_274_tom3_tom_III_.pdf, стр. 272 – 278, Свищов, 2016
3. Ильенкова, С., и кол. Иновационный менеджмент, Издательство ЮНИТИ-ДАНА, 2007, Москва, ISBN 978-5-238-01217-9



4. Караджова, Зл., Ст. Петкова – Георгиева, Здравният туризъм в контекста на националното потребление, УНСС, Факултет „Международна икономика и политика”, Катедра „Международни икономически отношения и бизнес”, международна научна конференция на тема: Членството на България в Европейския съюз: девет години по-късно, стр. 397 - 405, ISBN 978-954-644-976-4, София, 7 Октомври 2016.
5. Милева, С. Иновационни стратегии и иновации в туризма, доклад по научен проект на тема „Иновации и иновационни стратегии в туризма“ по договор 59/2016, Стопански факултет на СУ „Св. Климент Охридски”, https://www.researchgate.net/publication/304303277_INOVACIONNI_STRATEGII_I_INOVACII_V_TURIZMA
6. Янакиева, А., Стратегически подход за оценяване конкурентоспособността на здравно-възстановителните организации, 2017 г., Академично списание „Управление и образование”, том XIII(2), Международна научна конференция „Образование, наука, икономика и технологии” на Университет „Проф. д-р Асен Златаров”, Бургас, стр. 176 - 181, ISSN 13126121