

УДК 338.48.009.12:339.137.2

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК НЕОБХІДНА ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Гербут М.В.

У статті визначено роль та напрямки інноваційної діяльності курортно-рекреаційних організацій, розглянуто інтелектуальний капітал як основу інноваційного потенціалу курортно-рекреаційних організацій, а також обґрунтовано необхідність впровадження ефективної системи мотивації інноваційної активності персоналу, з метою забезпечення конкурентоспроможності курортно-рекреаційних послуг.

Ключові слова: інновації, конкурентоспроможність, напрямки інноваційної діяльності, курортно-рекреаційна сфера, інноваційна активність персоналу, інтелектуальний капітал.

Пошук нових методів управління в курортно-рекреаційній сфері актуалізується у зв'язку з низкою проблем, які потребують нагального вирішення. Зокрема, розвиток курортно-рекреаційного комплексу характеризується суперечністю між потенційними можливостями забезпечення конкурентоспроможності лікувально-оздоровчих послуг на ринку та небезпекою для функціонування курортів внаслідок загострення екологічних проблем та фізичного і морального зносу їх матеріально-технічної бази, передусім технологій і устаткування, загально курортної та комунальної інфраструктури.

Саме цим обумовлюється необхідність інноваційного розвитку курортно-рекреаційної сфери та отримання відчутного соціально-економічного ефекту від її функціонування.

Проблеми забезпечення інноваційного розвитку в Україні знайшли висвітлення в наукових працях М. Долішнього, В. Геєця, В. Александрової, О.Лапко, Ю. Бажала, Н.Чухрай, Д.Черваньова, С. Харичкова та інших. Серед зарубіжних вчених проблему інноваційного менеджменту досліджували Й. Шумпетер, П.Друкер, М.Портер, П. Завлін, Р.Фатхудінов та ін.

Проведений аналіз літературних джерел дозволяє визначити поняття «інновації», «інноваційна діяльність», «інноваційний розвиток», «інноваційний потенціал», а також з'ясувати взаємозв'язок між ними. Отже, згідно з законом України інновації – це новостворені (засновані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукти або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного та іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери, а інноваційна діяльність – це діяльність, спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, що зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг [1].

Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» визначає інноваційний потенціал як сукупність науково-технологічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних та культурно-освітніх можливостей країни (галузі, регіону, підприємства тощо), необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки.

Отже, інноваційний розвиток підприємства передбачає досягнення стратегічних цілей і завдань підприємства через формування і реалізацію його інноваційного потенціалу [5, с. 61].

Не дивлячись на увагу науковців до проблем інноваційного розвитку, питання активізації інноваційної діяльності в курортно-рекреаційній сфері в сучасних умовах залишаються недостатньо розробленими, що обмежує можливості підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних послуг. Недостатня вивченість зазначених питань зумовили поглиблення наукових пошуків в цьому напрямі.

Сучасний стан в курортно-рекреаційній сфері характеризується неефективним використанням потенціалу. Це призводить до неадекватної оцінки значення цієї галузі, а також виконуваних нею функцій у суспільстві: лікувально-оздоровчої, соціально-економічної, екологічної та ін. Одним із шляхів

подолання негативних явищ у цій сфері є активізація інноваційної діяльності як інструмент адаптації курортно-рекреаційних організацій до кон'юнктури ринку.

З огляду на вищезазначене, мета статті полягає у визначенні ролі та напрямків інноваційної діяльності курортно-рекреаційних організацій, обґрунтуванні необхідності впровадження ефективної системи мотивації інноваційної активності персоналу з метою забезпечення конкурентоспроможності курортно-рекреаційних послуг.

Ринкові економічні відносини в Україні зумовили докорінні зміни в підході до інноваційної діяльності в курортній галузі. Якщо раніше санаторно-курортні заклади були зорієнтовані на масове оздоровлення населення, то зараз основний напрям в їх діяльності – якість оздоровчого процесу, що базується на нових методиках лікування, реабілітації, оздоровлення, впровадженні новітніх технологій діагностики і лікування та використання нетрадиційних методів.

Особливо вразливими до сучасних вимог ринку оздоровчих послуг виявилися бальнеологічні курорти України, які повільно використовували інтелектуальний продукт та не доводили оригінальні ідеї до споживача. Для них була звичною ситуація, коли в плановому порядку щорічно реалізовувались всі путівки і курорти перевантажувались відпочиваючими, а також тими, хто приїздив на лікування і реабілітацію. Тоді мало кого турбували питання належного сервісу, реклами, впровадження досягнень науки в курортну справу, розробки нових методик лікування та діагностики.

Нові реалії господарювання породили низку проблем в управлінні курортно-рекреаційними організаціями, пов'язаних із забезпеченням їх конкурентоспроможності. Оскільки організації курортно-рекреаційного комплексу реалізують свої цілі шляхом продажу санаторно-курортних путівок на ринку, конкурентоспроможність послуги постає необхідною умовою забезпечення стійких конкурентних позицій.

Слід відмітити, що в сучасних умовах господарювання інновації постають стратегічним фактором конкурентних переваг. Особливо це актуально для курортно-рекреаційної діяльності, яка має чітко виражений інноваційний характер, обумовлений сутністю курортно-рекреаційної послуги, призначенням якої є постійне відтворення та оновлення життєвих сил споживачів, що можна досягти лише за рахунок інноваційного підходу до її розробки та надання. Специфіка курортно-рекреаційної діяльності полягає у тому, що вона має чітко виражений сезонний характер, особливо в приморських курортних поселеннях. Сезонність обумовлює нерівномірне надходження виторгу від реалізації путівок, а також різке зниження доходів у зимовий період. Причиною неможливості забезпечити істотне зниження собівартості основного виробництва в періоди зменшення надходжень від реалізації путівок є висока частка умовно-постійних витрат. Впровадження маркетингового інноваційного управління дозволить подолати дію цих негативних чинників.

Природно-кліматичні ресурси є надзвичайно важливим фактором виробництва курортно-рекреаційних послуг, вибору місця закладів курортної сфери. Визначальним серед виробничих факторів виступає цінність, детермінована рідкістю та унікальними лікувальними властивостями природного ресурсу. Обмеженість запасів рекреаційних ресурсів породжує проблему раціонального та екологічно збалансованого їх використання, поновлення лікувально-оздоровчих властивостей відновлювальних ресурсів шляхом впровадження сучасних технологій природокористування. Окрім того, значна зношуваність основних фондів продуцентів рекреаційних послуг, надмірна експлуатація і використання традиційних рекреаційних зон та незначне освоєння нетрадиційних видів рекреаційної діяльності зумовлюють активізацію інноваційних процесів.

Переважає більшість зайнятих в курортно-рекреаційній галузі є працівниками інтелектуальної праці: лікарі, науковці, менеджери. Результатом їх діяльності є не тільки послуга, а й матеріальні товари, знаряддя праці – унікальні пристрої, медичні інструменти, розроблені на основі компетенції та набутого досвіду. На відміну від виробничих галузей у сфері послуг використання потенціалу нематеріальних ресурсів не набули достатнього поширення. Однак, застосування патентів на винаходи, розробка брендів лікувальних процедур дозволяє сформувати позитивний імідж лікувально-оздоровчих закладів, що у свою чергу постає вагомим конкурентоутворюючим фактором. Тому стимулювання творчої праці персоналу є надзвичайно важливим для формування інтелектуального капіталу курортно-рекреаційних організацій.

Оскільки, основна лікувально-оздоровча послуга реалізується в комплексі із додатковими та супутніми - побутовими, культурно-розважальними, послугами харчування, інноваційна діяльність повинна стосуватись усіх складових санаторно-курортного продукту з метою найбільш повного задоволення потреб споживачів. Особливо важливу роль в забезпеченні якості курортно-рекреаційних послуг відіграє високий професіоналізм медичного та обслуговуючого персоналу, їх досвід та навички. Проблема полягає в тому, що якість послуг може бути виражена тільки описово й оцінити її споживач може лише після того, як послуга придбана. Тому для забезпечення якості необхідно виділяти кошти на залучення й навчання кваліфікованих фахівців, постійно стежити за ступенем задоволеності клієнтів за допомогою системи скарг і пропозицій, а також опитувань клієнтів для виявлення випадків незадовільного обслуговування й виправлення ситуацій.

Слід звернути увагу також на те, що інноваційному розвитку курортно-рекреаційної організації притаманний комплексний характер. Це передбачає здійснення інноваційної діяльності не тільки у вузькій сфері (наприклад, у науково-технічній), а й охоплює всі напрями діяльності організації, що впливають на ефективність її діяльності, зокрема, управління, маркетинг, фінанси, логістика, менеджмент персоналу тощо.

Маркетингове забезпечення інноваційного процесу дозволяє налагодити необхідний рівень комунікації із клієнтами, виявити потреби клієнтів ще на етапі створення нововведення, що сприяє виходу на ринок з інновацією відповідного рівня якості та обслуговування, на яку існує або може бути сформований попит. Формування клієнтурної бази організації, підтримання високого показника прихильності споживачів є важливими завданнями сучасного маркетингу. Маркетинг у санаторно-курортному бізнесі визначається особливостями й характеристиками санаторно-курортного продукту (у порівнянні з іншими споживчими товарами й послугами), а також особливістю споживачів і виробників санаторно-курортних послуг.

Незалежно від характеру складових елементів санаторно-курортних послуг, з позицій маркетингу окремі дослідники представляють їх у вигляді схеми (рис 1.) [2, с.247].

Структура санаторно-курортного продукту, таким чином, включає дві частини:

- ядро продукту - його функціональні властивості й характеристики;

- «фірмова оболонка» продукту, до якої входять естетичні показники якості, показники комфортності, марка, гарантії, імідж.

При розробці інноваційного продукту варто враховувати, що споживач приймає рішення про придбання санаторно-курортної путівки не тільки виходячи з його функціональних якостей (ефективність лікування, ступінь впливу на відновлювальні процеси в організмі й ін.), але, в умовах насиченого ринку, у першу чергу - «оболонки» продукту (комфортність перебування в санаторії, професіоналізм персоналу, рівень сервісного обслуговування, розвиток сфери розваг і відпочинку, відгуки про санаторій відпочиваючих і т. д.).

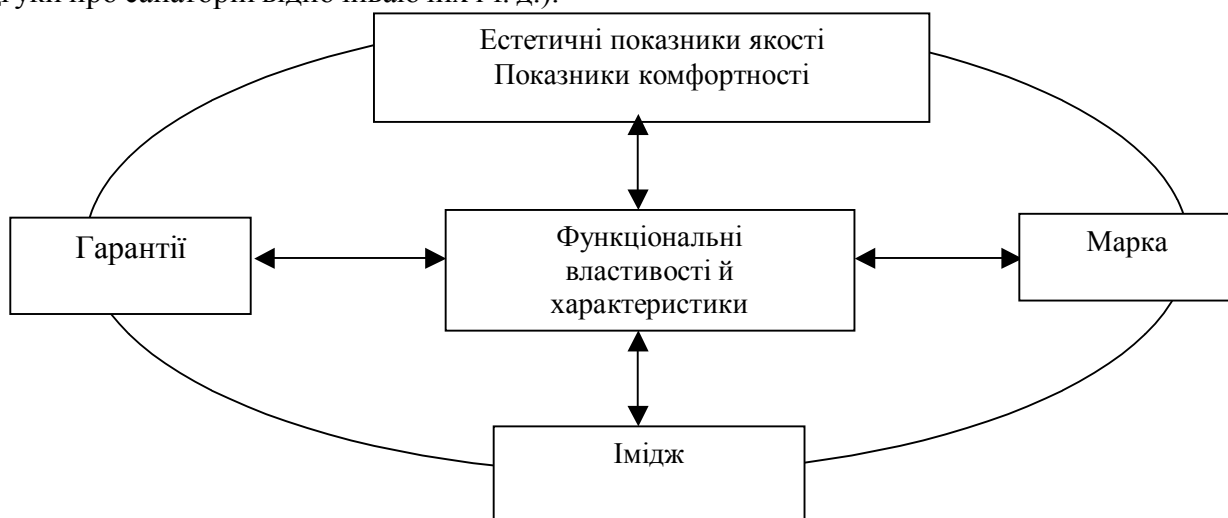


Рис. 1. Складові санаторно-курортного продукту

Ці особливості ринку санаторно-курортних послуг, а також специфіка самих послуг – їхня не-

відчутність, нездатність до зберігання, мінливість якості й невіддільність виробництва й споживання - визначають особливості інноваційної діяльності.

Отже, курортно-рекреаційній діяльності властиві свої характерні риси, які торкаються як самого процесу надання лікувально-оздоровчих послуг, так і результату виробництва – здоров'я людей та соціально-економічного ефекту оздоровлення.

За результатами виконаних автором досліджень успіх інноваційної діяльності курортно-рекреаційних організацій залежить від ефективної мотивації персоналу до інновацій, яка ґрунтується на кваліфікованій оцінці персоналу, урахуванні його конкурентних переваг у знаннях, кваліфікації, творчих здібностях. Забезпечення інноваційної активності персоналу вимагає системного підходу менеджерів, створення відповідних економічних, соціальних, морально-психологічних передумов, певних капіталовкладень в людину, її розвиток, адекватних та прозорих оцінок результатів діяльності. Розуміючи, що однією з умов перспективи подальшого розвитку курортної системи є високий рівень медичних послуг, санаторно-курортні заклади працюють в тісній співдружності з центральними та регіональними науково-дослідними інститутами, науково-практичними медичними закладами, іншими організаціями та об'єднаннями лікувально-оздоровчого напрямку. До науково-практичної роботи залучені сотні лікарів. Внаслідок такої співдружності вдосконалюється методологія санаторно-курортного лікування, розробляються нові методики.

ВИСНОВКИ

Отже, з огляду на вищезазначене, саме інноваційний розвиток курортно-рекреаційних організацій дозволяє досягти високого рівня конкурентоспроможності шляхом мобілізації інноваційного потенціалу.

Враховуючи характерні особливості курортно-рекреаційної діяльності можна виділити такі пріоритетні напрями інноваційної діяльності:

- впровадження маркетингового інноваційного управління;
- розробка і застосування нових методик лікування, медичного оснащення;
- диверсифікація діяльності, пов'язана з виходом на ринок нових послуг;
- модернізація матеріально-технічної бази;
- впровадження наукомістких, ресурсозберігаючих, екологічно безпечних технологій;
- активізація освітніх та кваліфікаційних новацій.

Оскільки інтелектуальний капітал є основою інноваційної діяльності курортно-рекреаційних організацій, необхідним вбачається застосування ефективної системи мотивації інноваційної активності персоналу, з метою забезпечення конкурентоспроможності курортно-рекреаційних послуг.

Подальші дослідження повинні здійснюватись у напрямку визначення факторів інноваційної діяльності, аналізу їх впливу та оцінки ефективності інноваційних інвестицій, з урахуванням окреслених пріоритетних напрямів інноваційної діяльності організацій курортно-рекреаційної сфери.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій. – Донецьк: ІЕПД НАН України, ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2001. – 270 с.
2. Менеджмент закладів оздоровлення та відпочинку в рекреації: Навчально-методичний посібник для студентів і фахівців. / За ред. д. мед. наук, професора В. І. Пономаренка. – К.: «Денеб», 2005. – 416 с.
3. Петровський Б.Д., Петровський О.Б. Особливості інноваційної діяльності в умовах функціонування СЕЗ «Курортполіс Трускавець» // Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: Перспективи культурного та економічного розвитку: Праці Міжнародного конгресу. – Трускавець. 2000. – С. 12-14.
4. Смірнов О.О. Інноваційна активність персоналу як джерело зростання конкурентних переваг підприємства // Актуальні проблеми економіки. - 2004. - №11. – С.118-123.
5. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Моногр. – Львів: Видавництво НУ "Львівська політехніка", 2002. – 316 с.