

ввода в эксплуатацию, проводится таким образом, чтобы обеспечить максимальную безопасность и экономию энергии. Такие системы повышают эксплуатационную готовность оборудования и снижают потребление электроэнергии за счет управления всеми элементами систем здания. Полномасштабные решения по автоматизации позволяют получить значительные преимущества в процессе эксплуатации и обслуживания зданий в течение всего жизненного цикла. Согласованная работа различных систем может обеспечить экономию до 30% средств, затрачиваемых на электроэнергию.

3. Применение энергоэффективного оборудования (системы отопления, системы вентиляции, системы кондиционирования воздуха). Мероприятия по энергосбережению в области теплоснабжения, вентиляции и кондиционирования, могут при правильном подходе к решению данной проблемы сократить платежи за коммунальные услуги еще на 20-30%.

Такие инновационные решения могут одновременно снизить энергопотребление и усилить положительные впечатления посетителей.

Эффективное осуществление инновационной политики на базе энергосбережения является экономически целесообразным, социально значимым и экологически необходимым. В силу этого реализация системы мер поддержки инновационной деятельности в рекреационной сфере создаст долговременные преимущества деятельности и обеспечит устойчивое развитие предприятий отрасли.

Литература

1. Рио-де-Жанейрская декларация по окружающей среде и развитию [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml
2. Алексеенко Н.В. Устойчивое развитие предприятия как фактор экономического роста / Н.В. Алексеенко // Экономика і організація управління. – 2008. – Випуск 3. – С. 59-65.
3. Ваниева Э.А. Теоретический аспект экономической устойчивости строительного предприятия / Э.А. Ваниева // Экономика Крыма. – 2006. – № 17. – С. 98-100.
4. Гончаренко Е.Н. Анализ основных причин, влияющих на устойчивость развития предприятия / Е.Н. Гончаренко // Экономика и управление предприятиями машиностроительной отрасли: проблемы теории и практики. – Харьков, НАУ ХАИ, 2010. – № 3(11). – С. 5–16.
5. Зеткина О.В. Об управлении устойчивостью предприятия / О.В. Зеткина. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 2003. – 134 с.
6. Сухорукова Т.В. Экономическая устойчивость предприятия / Т.В. Сухорукова // Экономика Украины. – 2001. – № 5. – С. 48-52.
7. Терзиев А.В. Устойчивое развитие предприятия в нестабильной экономической среде / А.В. Терзиев // Труды Одесского политехнического университета. – 2002. – Выпуск 2(18). – С. 284-288.
8. Стратегия экономического и социального развития Автономной Республики Крым на 2011-2020 годы. Утверждено Постановлением Верховной Рады Автономной Республики Крым 22 декабря 2010 года № 121-6/10.
9. Солнечная энергетика для устойчивого развития Крыма. – Симферополь: Доля, 2009. – 293 с.
10. Программа энергосбережения в Автономной Республике Крым на 2010–2014 годы. Утверждено Постановлением Верховной Рады Автономной Республики Крым 17.02.2010 № 1569-5/10.
11. Цёхла С.Ю. Инновационное развитие рекреационных объектов на базе энергосбережения / С.Ю. Цёхла, А.И. Башта // Матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. "Розвиток туристичного бізнесу" – Донецьк: Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, 2011. – С. 167-169.

631.162 (477)

*Логвина Е.В., к.э.н., доцент,
ТНУ имени В.И. Вернадского*

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ РЕКРЕАЦИИ

Проблемы повышения конкурентоспособности решаются путем разработки и реализации соответствующих стратегий. По своей сущности любые стратегические планы и действия, предпринимаемые предприятиями, носят инновационный характер. Так или иначе, они основаны на нововведениях, качественно и/или количественно венный или сбытовой потенциал. Таким образом, вопросы формирования инновационной стратегии в организациях санаторно-курортной сферы с целью обеспечения их конкурентоспособности являются актуальными.

Категорию «инновация» предложил австрийский ученый Й. Шумпетер в начале 20 века. Он рассматривал инновации как производство новых товаров и услуг, применение новых технологий и

новой техники, наиболее эффективное использование уже существующих материалов, освоения новых рынков сбыта, переход к наиболее рациональным формам организации и методов управления, проведения реорганизации или подрыв монопольного состояния других предприятий [6, с. 43]. Согласно Закону Украины «Об инвестиционной деятельности», «инновации» – это новообразования и (или) совершенствованные конкурентоспособные технологии, продукция или услуги, а также организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или другого характера, которые существенно улучшают структуру и качество производства и/или социальной сферы [7]. Р.А. Фатхутдинов определял, что стратегия – программа, план, генеральный курс субъекта управления для достижения им стратегических целей в любой отрасли деятельности, окружающей среды, приводящей организацию к цели [3, с. 301].

Цель статьи – разработка теоретических основ формирования инновационной стратегии санаторно-курортных предприятий как инфраструктурных подразделений рекреационно-туристского комплекса

Возникновение и становление инновационной стратегии. Появление термина «стратегическое управление» в конце 50-х годов 20-го столетия было вызвано необходимостью подчеркнуть разницу между текущим управлением на уровне производства и управлением, нацеленным на будущее организации, а также изменениями во взглядах на человека в системе экономике и новыми условиями ведения бизнеса [1, с. 28, 30]. Стратегическое управление организацией – основа современного менеджмента в условиях постоянных изменений окружающей среды, жесткой конкуренции. При этом наиболее сложны в управлении инновационные стратегии развития организации [2, с. 44].

Инновационная стратегия – одно из средств достижения целей организации (предприятия), отличающееся от других средств своей новизной, прежде всего для данного предприятия, а также и для отрасли, и потребителей.

Инновационными стратегиями могут быть: инновационная деятельность организации, направленная на получение новых продуктов, технологий и услуг; применение новых методов в производстве, маркетинге и управлении; переход к новым организационным структурам; применение новых видов ресурсов и новых подходов к использованию традиционных ресурсов [3, с. 301].

В новых рыночных экономических условиях предприятия должны стремиться к инновациям, они должны быть неотъемлемой частью деятельности предприятия. Нововведения играют важную роль в стратегическом управлении предприятием, направленном на перспективное развитие, стабильное положение на рынке.

Инновации в рыночных условиях – главное средство сохранения позиций предприятий на рынке. Нововведения должны внедряться по мере потребности рынка, и руководитель обязан предвидеть их необходимость и целесообразность внедрения инноваций во всех сферах деятельности предприятия.

Тем не менее, необходимо: выявление тех видов товаров и услуг, которые обеспечат желаемую долю рынка; внедрение инноваций во всех других сферах деятельности предприятия (делопроизводство, реклама и т. д.); сбалансирование кратко- и долгосрочных программ инноваций (как увеличить прибыль, каким образом эффективнее использовать имеющиеся средства и т.д.).

В настоящее время совершенствование управления нововведениями для большинства предприятий санаторно-курортной сферы является важным средством поддержания их активности в освоенных областях и развития на новых направлениях.

Огромное значение для повышения эффективности инноваций имеет комплексное использование новых принципов менеджмента:

1. Создание атмосферы, стимулирующей поиск и освоение новшеств.
2. Направленность всей инновационной деятельности на нужды потребителя.
3. Определение приоритетных направлений инновационной работы исходя из целей и задач предприятия.
4. Сокращение числа уровней в управлении с целью ускорения процесса «исследование – производство – сбыт».
5. Максимальное сокращение сроков разработки и внедрения нововведений, организация работы по решению инновационных задач [3, с. 387].

Анализ инновационной системы управления нововведениями целесообразно проводить в тесной связи с типом выбранной предприятием инновационной стратегии – с одной стороны, а с другой стороны – его структурой, технологией, кадрами и другими параметрами. Стратегия поведения предприятия на рынке может носить наступательный (агрессивный) или оборонительный характер. Предприятия обычно создают свои инновационные стратегии, как рискованные

(наступательные), так и безопасные (оборонительные) стратегии.

Агрессивная рыночная стратегия означает стремление стать первым, ведущим предприятием с точки зрения инноваций в определенном сегменте рынка и в определенной области сбыта, принятие компанией наступательной стратегии, направленной на активный поиск и разработку нововведений как в освоенных, так и новых для нее областях хозяйственной деятельности, требует больших изменений в организационной структуре.

Выделяют базовые стратегии агрессивного подхода:

1. Достижение преимущества по издержкам.
2. Стратегия на конкретный сегмент рынка.
3. Ориентация на новые рынки.

Основой стратегии агрессивных рыночных действий предприятий - ориентация на превосходство в инновационной деятельности над своими конкурентами [4, с. 49].

Единой модели инновационной стратегии, как и единого стратегического управления, для всех предприятий, не существует т.к. каждое предприятие по своим характеристикам уникально. Выбор инновационной стратегии зависит от многих факторов: позиции предприятия и динамики ее изменения, производственного и технологического потенциала предприятия, а также ряда внешних факторов. Существуют некоторые основополагающие подходы или принципы выработки инновационных стратегий и осуществления стратегического управления инновациями.

На рис. 1 представлена схема, организации процесса стратегического управления.



Рис. 1. Схема организации процесса стратегического управления

Инновация – главный фактор, влияющий на конкурентоспособность. Специалист в области стратегического менеджмента М. Портер выделяет четыре стадии конкурентоспособности национальной экономики: факторов производства, инвестиций, инноваций, богатства. Каждая из этих стадий характеризуется специфическим механизмом управления инновациями и экономикой в целом [5, с. 230]. Необходимость инновационного развития производства предъявляет новые требования к содержанию организации, формам и методам управленческой деятельности. Она диктует появление особого типа менеджера – новатора, деятельность которого направлена на управление процессами обновления на предприятии. Организация и финансирование инновационных проектов, управление их формированием, подготовкой и экспертизой занимают центральное место в процессе выбора наилучшего варианта инновационного решения [5, с. 320].

Несмотря на сложное экономическое положение многих предприятий санаторно-курортной отрасли, в настоящее время начинает проявляться тенденция к усилению их инновационной активности, особенно в области предоставляемых услуг и технологических инноваций. Это требует соответствующих финансовых, кадровых и материально-технических ресурсов, а также специальной подготовки, переподготовки и повышения квалификации менеджеров в области экономики, организации и управления инновационными процессами.

Несмотря на сохраняющееся воздействие ряда отрицательных факторов как внутренних, так и внешних, в сфере санаторно-курортной индустрии обозначились положительные тенденции, в частности это связано с формированием относительно устойчивого платежеспособного спроса различных групп населения на санаторно-курортные и лечебно-оздоровительные услуги.

Платежеспособный спрос на санаторно-курортные услуги способен вызвать перестройку традиционных рекреационных технологий, используемых в лечебно-оздоровительных учреждениях, а также существенно повлиять на изменение содержания и структуры санаторно-курортного продукта. Улучшение деятельности, выход из кризиса предприятий санаторно-курортного комплекса в современных рыночных условиях напрямую зависит от их способности изучать, прогнозировать и управлять спросом на санаторно-курортные и лечебно-оздоровительные услуги, с целью его своевременного, качественного и полного удовлетворения. При формировании нового механизма управления деятельностью предприятий данной отрасли, необходимо учитывать, что цены на их услуги, в силу сложившейся в стране рыночной ситуации, растут быстрее, чем доходы их потенциальных потребителей, в том числе льготных категорий граждан.

Развитие предприятий, функционирующих в сфере оказания лечебно-оздоровительных, санаторно-курортных, туристско-оздоровительных услуг, зависит от состояния индустрии здравоохранения, санаторно-курортного комплекса и отдыха, уровня конкуренции в этом секторе сферы. Конкурентоспособность зависит от совершенствования системы методов управления предприятиями, действующими на рынке лечебно-оздоровительных, санаторно-курортных услуг [3, с. 381]. Стратегическое управление инновациями как эффективное средство управления развитием предприятий дает возможность не только учитывать изменения во внешней среде, но и способствовать изменениям внутри предприятия и обеспечивает управление ими с целью повышения уровня эффективности результатов деятельности предприятий. Только систематизированным новаторством, целенаправленным поиском изменений и анализом возможностей среды хозяйствования, своевременного привлечения нововведений можно постоянно улучшать деятельность предприятия, повышать его престиж и конкурентоспособность в отрасли санаторно-курортных услуг.

В настоящее время совершенствование управления нововведениями для большинства предприятий санаторно-курортной сферы является важным средством поддержания их активности в освоенных областях и развития на новых направлениях. Инновационный процесс – это единый поток от возникновения идеи до внедрения, развития и развертывания производства. Все стадии инновационной системы от фундаментальной идеи до рыночного успеха, тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Литература

1. Кредисов А. Стратегический менеджмент в начале 21 столетия: смена парадигмы / А. Кредисов, Б. Литовченко // Экономика Украины. – 2011. – № 2. – С. 28-37
2. Управление инновациями: 17 – модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации» Модуль 7. / Гунин В.Н., Баранчев В.П., Устинов В.А., Ляпина С.Ю.]. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 490 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент / Р. Фатхутдинов. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с.
4. Друкер П. Задачи менеджмента XXI века / П. Друкер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 284 с.
5. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер. – М.: «Международные отношения», 1993. – 528 с.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательской прибыли, кредита, процента и цикла конъюнктуры). /Й. Шумпетер.– М.: Изд-во «Прогресс», 1982. – 453с.
7. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості ВРУ. – 2002. – № 36.

Рецензент докт. геог. наук, професор І.М. Яковенко

СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ: НЕДОЛІКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Незважаючи на достатньо невеликий проміжок часу існування страхового ринку України в ринкових відносинах сучасна вітчизняна наука не приділяє достатньої уваги проблематиці ринку страхових послуг – найважливішому сегменту ринку фінансових послуг.

Страхування є джерелом зростання інвестицій в економіку за рахунок заощадження домогосподарств. 84% страхових платежів зі страхування життя у 2010-2011 рр. отримано безпосередньо від домогосподарств, понад 500 тис. осіб мають довгострокові накопичувальні договори страхування життя із середнім розміром щорічного страхового платежу близько 1,5 тис. грн. Тільки 15% населення України користується страховими послугами, це пов'язане з низькою