

Литовченко І.Л., д.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет
м.Одеса

Семенов В.Ф. д.е.н., професор
Одеський національний економічний університет
м.Одеса

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПОСЛУГ

Розглянуто методичні і практичні аспекти обґрунтування перспективних напрямів розвитку курортно-рекреаційних підприємств як ефективних корпоративних об'єднань на сучасному ринку послуг. Виділено головні особливості формування внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища та досліджено фактори впливу на функціонування санаторіїв в умовах економічної кризи. Наголошується на привабливості послуг даної сфери та необхідності комплексного характеру її надання. Зазначається, що саме розвиток підприємств на інформаційно-інноваційній основі дозволить сформувати конкурентні переваги, забезпечити конкурентоспроможність і подолати виклики ринкового середовища.
Ключові слова: курортно-рекреаційна сфера, конкурентоспроможність організацій, санаторно-курортний бізнес, фактори маркетингового середовища, ефективність

Рассмотрены методические и практические аспекты обоснования перспективных направлений развития курортно-рекреационных предприятий как эффективных корпоративных объединений на современном рынке услуг. Выделены главные особенности формирования внутренней и внешней маркетинговой среды и исследованы факторы, которые влияют на функционирование санаториев в условиях экономического кризиса. Делается акцент на привлекательности услуг данной сферы и необходимости комплексного характера ее предоставления. Отмечается, что именно развитие предприятий на информационно-инновационной основе позволит сформировать конкурентные преимущества, обеспечить конкурентоспособность, преодолеть вызовы рыночной среды.
Ключевые слова курортно-рекреационная сфера, конкурентоспособность организаций, санаторно-курортный бизнес, факторы маркетинговой среды, эффективность.

The methodical and practical aspects of proving promising directions of development of resort and recreational organization as an effective corporate associations in today's market of services were studied. The main features of the formation of internal and external marketing environment were identified and examines the factors that affect the functioning of the health centers in the economic crisis. Emphasis is made on attractiveness of the services of this sector and the need for the complex nature of its providing. It is noted that the development of the health centers on the basis of information and innovation will allow to generate competitive advantages, ensure competitiveness and overcome the challenges of the market environment.

Keywords: resort and recreational sphere, the competitiveness of organizations, health resort business, factors of marketing environment, efficiency.

Постановка проблеми. Особливе значення для економіки України має підвищення ефективності курортно-рекреаційних підприємств. Завдання

збереження рекреаційного потенціалу і вирішення проблем поліпшення здоров'я нації, лікування, оздоровлення і профілактики захворювань з метою підвищення продуктивності праці і тривалості життя населення є однією з пріоритетних. Наявність значного природно-ресурсного потенціалу створило необхідні передумови для формування розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу в Одеській області, що є перевагою таких рекреаційних утворень, але недостатньою умовою забезпечення їхньої ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові розробки з проблем підвищення ефективності підприємств і їхньої конкурентоспроможності описані в досить широкому переліку праць зарубіжних і вітчизняних вчених: М. Портера, В.Дж. Стівенсона О. Решетняка, Л.П. Дядечко, К. Хаксевера и Б. Рендера, Ж.-Ж. Ламбена, Л.В. Балабанової, О.А. Оболенцевої, В. А. Маслової тощо. В дослідженнях розглядається понятійний апарат, принципи, методи і підходи до оцінки рівня формування механізму забезпечення ефективності і конкурентоспроможності підприємств в умовах динамічного ринкового середовища й також в умовах криз і невизначеності.

Що стосується санаторно-курортної сфери, науковці сходяться на думці про те, що підвищення ефективності організації може бути забезпечене у разі узгодження процесів формування потоків споживачів послуг санаторно-курортних підприємств з їх організаційно-інформаційним, технологічним, фінансовим, правовим, просторово-часовим, сервісним та іншим забезпеченням, тобто коли наявний «свідомий вплив на формування потоків рекреантів і коли ефективність підприємств рекреації і туризму на всіх його ієрархічних рівнях забезпечує інноваційний підхід [1,с.25]. На відсутність стратегій розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу, як і інших закладів рекреації і туризму, що гальмує розвиток цієї сфери господарювання України, вказує Державна програма розвитку туризму в Одеській області [1, с.50; 2, с.40].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Вивчення опублікованих праць та практики господарської діяльності

підприємств санаторно-курортного комплексу свідчать про відсутність належного висвітлення низки принципово важливих питань, пов'язаних з теоретичними знаннями і методичними підходами до формування й реалізації стратегій і напрямків забезпечення ефективності і конкурентоспроможності санаторно-курортних підприємств на внутрішньому й зарубіжному ринках рекреаційних послуг. Тому виникає необхідність аналізу стану підприємств, визначення пріоритетів у виборі курортів споживачами, розробки напрямків подолання проблем у сфері якісного обслуговування, підвищення ефективності санаторно-курортних підприємств у цілому. Вирішенню названих проблем присвячена ця стаття.

Мета роботи полягає у розвитку науково-прикладних засад утримання на ринку курортні заклади санаторно-оздоровчого типу організацій санаторно-курортного комплексу з урахуванням сучасних особливостей маркетингового середовища, галузевих особливостей і кризових явищ.

Виклад основного матеріалу. Передумовою розвитку санаторно-курортних підприємств Одеської області є наявність значного природно-ресурсного потенціалу. Під потенціалом рекреаційної галузі (виходячи з етимології поняття "потенціал" - сила, можливість) слід розуміти розвідані і ті, що знаходяться в експлуатації природні рекреаційні ресурси. В минулому курортні заклади санаторно-оздоровчого типу Одеського регіону орієнтували свою діяльність на масове оздоровлення громадян і тому місто Одеса мало репутацію всесоюзної оздоровниці. Одеські курорти вважалися дуже престижними і майже цілорічно були перевантаженими. Такій ситуації сприяло державне дотування для цих закладів, вони були не особливо комфортні як за мірками світових стандартів, проте лікування і інші послуги в них мали можливість отримувати маси людей. Все змінилося з переходом економіки України на ринкову основу господарювання. В нових умовах курорти, санаторії та інші оздоровчі заклади повинні були самостійно дбати про продаж основної частини путівок та самостійно забезпечити собі конкурентні позиції на ринку.

Щоб зберегти конкурентні позиції на ринку санаторії і курорти зосереджується на якості оздоровчого процесу й тому прагнуть до впровадження нових методів профілактичного лікування й оздоровлення, реабілітації, використання сучасних технологій діагностики, вивчення та застосування нетрадиційних методів медицини, проте в сучасних умовах ринкових відносин перебування на курортах і в санаторіях дорожчає і стає все більше елітарним і недосяжним для більшої кількості людей..

Санаторіїв в Одесі колись було багато. Ще на початку 90-х років минулого століття в Одесі було 60 санаторіїв але багатьох з них вже немає. Вже у 2004 році в місті залишилось 28, а сьогодні - десь 20 санаторіїв.. Зі списку випали відомі санаторії «Україна», «Росія», «Дружба», ім. Чувиріна, ледь жевріє Куяльник тощо.

Така неприємна для потенційних рекреантів динаміка пояснюється тим, що попри забезпечення Одеської області значними бальнеологічними ресурсами, вона програє світовим і внутрішнім конкурентам в показниках матеріально-технічного забезпечення, комфортабельності перебування та сервісному обслуговуванні, а також застарілому за європейськими мірками медичному обладнанні. Як наслідок, іноземні туристи та більша частина заможних вітчизняних туристів надають перевагу відпочинку в європейських оздоровницях. Отже кошти, які могли б заробляти й спрямовувати на свій подальший розвиток оздоровниці Одеси, осідають у закордонних закладах схожого типу. Розвиток курортно-рекреаційного комплексу характеризується суперечністю між потенційними можливостями забезпечення конкурентоспроможності лікувально-оздоровчих послуг на ринку та небезпекою для функціонування курортів внаслідок різних факторів, основними з яких є: фізичний та моральний знос матеріально-технічної бази закладів, застарілі технології та устаткування, а найголовніше те, що сьогодні рекреаційні території мають високу ліквідність, а невизначеність нашого сьогодення дозволяє територіям санаторіїв переходити до приватних рук, які аж ніяк не вмотивовані щодо розвитку міста Одеси як курортно-рекреаційного

центру, що мав би розбудовувати оздоровниці. Отже, для багатих людей не потрібна велика кількість санаторно-курортних закладів й тому протягом останніх десятиліть в Одесі відбувається хижацьке знищення курортів.

Наявність названих системних проблем впливає на рівень завантаження підприємств санаторно-курортного комплексу і посилює негативний вплив фактору сезонності. Основний показник конкурентоспроможності санаторії і курортів – задоволеність споживача [1,с.62; 2,с.87]. В сучасних ринкових умовах споживачі санаторно-курортних послуг мають можливість не тільки порівнювати вартість відпочинку, але й вільно купувати курортні послуги як на внутрішньому ринку, так і за кордоном. Слід зазначити певну адаптацію ринку санаторно-курортних послуг у нових економічних умовах. Поряд з кількісними змінами санаторно-курортний комплекс реформується якісно. Різноманіття завдань, що стоять перед сучасними санаторно-курортними підприємствами, і комплексність пропонованого споживачеві продукту пов'язано з великою кількістю основних і додаткових послуг, які пропонують відпочиваючим. За таких умов основним джерелом розвитку підприємств санаторно-курортного комплексу на ринку рекреаційних послуг є створення умов для задоволення вимог внутрішніх та іноземних споживачів через збалансування ціни лікування з якістю послуг [2,с.123].

На ринку санаторно-курортних послуг Одеси та регіону відсутні явні лідери серед підприємств малої та середньої потужності, що функціонують в основному сезонно. Причинами цього є нездатність стабільно функціонувати в силу високих адміністративних та експлуатаційних витрат, а також можливості проводити ефективну рекламну кампанію.

Санаторії з високим рівнем завантаження - це великі установи, виробнича потужність яких дозволяє не тільки надавати послуги цілий рік, але і дає можливість ефективно використовувати основні та оборотні кошти, забезпечуючи закупівлю сучасного діагностичного та медичного обладнання; оновлення номерного фонду; благоустрій інфраструктури території, застосування сучасних методів стимулювання продажів. Через великі

капіталовкладення у будівництво і експлуатацію, значні незворотні видатки для великих санаторіїв існують високі бар'єри виходу з ринка. Внаслідок цього, санаторії, що не можуть окупити свої витрати, але виробляють певний валовий прибуток, здатний хоч частково компенсувати видатки, як правило, не закриваються. Таких підприємств в Одесі зараз мало. Згідно з експертними оцінками фахівців та світового досвіду для накопичення коштів, достатніх для оновлення матеріально-технічної бази, середньорічна заповнюваність установ повинна перевищувати 68% протягом усього періоду експлуатації. Середньорічне завантаження вітчизняних санаторно-курортних підприємств складає лише 51% [3, с.151].

Зокрема, санаторій «Лермонтовський» як одне з перших професійних лікувально-профілактичних підприємств - курортів Одеси – приватне акціонерне товариство, дочірнє підприємство Укрпрофоздоровниці. Основним завданням розвитку санаторія «Лермонтовський» є формування конкурентоспроможних на світовому і національному ринках санаторно-курортного й туристичного продуктів на основі його рекреаційного потенціалу. Санаторій значно змінився протягом останніх років, відбулися значні перетворення у напрямі підвищення ефективності санаторних послуг шляхом корінної перебудови і підвищення стандартів якості, насамперед, побутових послуг, реставрація корпусів, укладання низки контрактів на оздоровлення, що призвело до покращення фінансових результатів підприємства, відкрито нове відділення загальної терапії, набула значного розвитку медична частина. Санаторій «Лермонтовський» розрахований на 350 ліжок, проте повністю їх не використовує: на початку 2013 р. в середньому використовувалось лише 9% цього фонду (біля 20 осіб одночасно). Обслуговуючий персонал складав 160 осіб, які вимушені працювати за мінімальні ставки Укрпрофоздоровниці. Проте посеред того ж року в санаторії відпочивало вже 200 осіб, тобто регулярне завантаження склало вже 57%., кількість ліжко-днів зросло у шість разів, ліквідована заборгованість по заробітній платі й по виплатах до пенсійного фонду, з'явилася можливість

приймати участь у тендері на продаж путівок. Аналізуючи основні фінансові результати діяльності санаторно-курортних підприємств м. Одеси, відзначимо стійке зростання обсягів збиткової діяльності. Серед основних причин, які впливають на збільшення суми збитків, можна виділити:

- ✓ зниження завантаження санаторно-курортних підприємств;
- ✓ непродуктивне утримання підприємств в міжсезоння;
- ✓ зростання плати за електро- та водопостачання;
- ✓ зростання собівартості ліжка-місця (збільшення вартості медичного обладнання, медичних послуг, продуктів харчування), що безпосередньо впливає на рівень кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги;
- ✓ -зростання витрат на охорону, нарахування амортизації, реконструкцію будівель, капітальний та поточний ремонт внутрішніх приміщень, заохочення й утримання персоналу в міжсезоння.

Відзначимо стійку тенденцію відставання суми доходів підприємств від суми витрат. Створення фінансових умов розвитку санаторно-курортних підприємств залежить від багатьох факторів [4,с.122]:

- ступеня розроблення державних програм розвитку курортів і ефективності їх впровадження;
- надання необхідного фінансування програм з Державного та місцевого бюджетів;
- забезпечення гарантованого обсягу путівок фондами соціального страхування, міністерствами, відомствами та профспілками підприємств і організацій;
- формування сприятливого інвестиційного клімату.

Серед факторів маркетингового середовища, які впливають на конкурентоспроможність санаторно-курортних підприємств, слід зазначити недосконалість фіскальної політики. Розвиток підприємств санаторно-курортного комплексу регіону є одним зі стратегічно важливих напрямків розвитку, проте основні засади податкового законодавства України не

створюють для цієї сфери спеціальні податкові режими. До обов'язкових податкових платежів санаторно-курортних підприємств відносяться:

- єдиний соціальний внесок (36,8% від фонду заробітної плати до пенсійного фонду);
- податок на прибуток підприємства (23% від оподаткованого пробутку у 2011 р.);
- плата за користування надрами: поверхневі води (ропа – 0,51 коп. за 1 куб.м., грязі лікувальні - 6,13 грн. за 1 куб м.);
- плата за землю (ставки податку за земельні ділянки від 0,24-3,36 грн. за 1 кв.м.).

Грунтуючись на тому, що здатність послуги задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів розкриває сутність якості [5], яка прирівнюється до задоволеності споживача, яку можна представити поняттям «цінність за гроші»: [6, с.46;].

$$Q = C_s = \frac{V}{C}, \quad (1)$$

де: Q - якість;

C_s – задоволеність споживача;

V – цінність продукції з точки зору споживача;

C – вартість, або витрати, яких зазнав споживач.

Споживач порівнює альтернативні пропозиції, вимірюючи в кожному з них відношення цінності до вартості – еквівалент його задоволеності і, відповідно, підприємства, які конкурують на ринку, повинні по можливості збільшити це відношення.

$$Q = RP = \frac{E}{C} = GC, \quad (2)$$

де: Q – якість;

RP – рівень задоволеності потреб;

E - цінність товару (послуги);

C - вартість товару (послуги);

GC – споживча вартість.

В основі орієнтації на споживача лежить маркетинговий підхід, що передбачає проведення системних маркетингових досліджень по виявленню відповідності продукції або послуг обумовленим або передбачуваним потребам клієнтів. Таким чином, узагальнюючи логіку дослідження, можна запропонувати модель забезпечення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. На думку авторів, конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах повинна включати:

- здатність орієнтуватися на потреби клієнтів та знати особливості його поведінки на ринку оздоровчих послуг;
- уміння орієнтуватися у внутрішньому маркетинговому середовищі, що виражається в здатності ефективно використовувати наявні ресурси;
- здатність розробляти й реалізовувати маркетингову конкурентну стратегію, спрямовану на підтримку рівня конкурентоспроможності підприємства і протидію конкурентам;
- забезпечення стабільності конкурентних переваг;
- здійснення розвитку підприємства з урахуванням галузевих, національних і світових тенденцій.

Висновки і пропозиції.

1. Вибір підприємств курортно-рекреаційного комплексу об'єктом дослідження зумовлений його значимістю і пріоритетністю для соціально-економічної сфери України, зокрема, збереження рекреаційного потенціалу і вирішення проблем поліпшення здоров'я нації, лікування, оздоровлення та профілактики захворювань з метою підвищення продуктивності праці і тривалості життя населення.

2. Наявність значного природно-ресурсного потенціалу є головною причиною і необхідною передумовою для формування конкурентоспроможності санаторно-курортних підприємств Одеського регіону. Аналіз основних фінансово-економічних показників санаторіїв показує, що

через викликане кризою підвищення цін на послуги й намагання відпочиваючих зекономити на якості і відтермінуванні очікуваних послуг, кількість рекреантів щорічно скорочується. Як наслідок - бюджет не поповнюється новими грошовими коштами, а комерційні сервісні організації несуть значні втрати. Тобто реакцією менеджменту санаторіїв має бути гнучке маркетингове ціноутворення, система сезонних знижок на путівки, приваблення рекреантів дисконтною системою. Потрібна істотна цілеспрямована регіональна політика, цільова програма розвитку рекреації і туризму на стратегічний період, здійснення комплексу організаційних, економічних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективної реалізації санаторно-курортної політики.

3. Регулювання діяльності санаторія повинне поєднувати в собі саморегулювання, засноване на законах вільного ринку, і державне регулювання в особливо важливих питаннях. Отже, підвищення ефективності діяльності санаторіїв Одеського регіону, забезпечення конкурентоспроможності їхніх рекреаційних послуг, можливі за умов співробітництва і підтримки усіх зацікавлених сторін, у тому числі бізнесу, який має розвиватися комплексно й у партнерстві з державою. Подальше дослідження передбачає пропозицію маркетингової моделі забезпечення конкурентоспроможності з урахуванням особливостей функціонування підприємств санаторно-курортного комплексу в умовах кризових явищ.

Список використаних джерел

1. Програма розвитку туристично-рекреаційної галузі Одеської області на 2011-2015 роки. Сайт Управління культури і туризму, національностей та релігій Одеської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – режим доступу <http://culture.odessa.gov.ua/turizm-rekreacya/turistichnij-potencal-oblast/>

2. Про затвердження загального положення про санаторно-курортний заклад [Електронний ресурс]: постанова Кабінету Міністрів України від 11 лип. 2001 р. № 805. - Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>.
3. Цьохла С. Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток ринку курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз та шляхи вдосконалення : моногр. / С. Ю. Цьохла. - Сімферополь: Таврія, 2008. - 352 с.
4. Ткаченко Т. Особливості управління закладами санаторно-курортної сфери / Т. Ткаченко, С. Костін // Вісник Львівського Університету.-2008.-№24.-С.121-127.
5. ISO 9001:2000. Системи управління якістю. Вимоги [Электронный ресурс] . - Режим доступа:<http://www.zntu.edu.ua>.
6. Чайковська О.В. Фінансові умови розвитку санаторно-курортних закладів / О.В. Чайковська, Г.П. Костенко // Торгівля і ринок України: зб.наукових праць.-Вип. 27. Т.3.-Донецьк: ДонНУЕТ, 2009.- 451 с.