

- які активно навчають студентів усіх категорій і слухачів курсів підприємництва і наукам з організації і управління бізнесом, створюють бізнес-інкубатори, запрошують до викладацької роботи і практичного керівництва провідних (успішних) підприємців;
- які мають тісні зв'язки з промисловістю і бізнесом, активно сприяють місцевому/регіональному інноваційному розвитку та економічному зростанню нації;
- випускники яких є результативними підприємцями, бізнесменами тощо [2].

Визначені характеристики фактично окреслюють напрямки можливого розвитку вітчизняних вищих навчальних закладів за моделлю підприємницького університету. Ключовим для реалізації даної моделі є прийняття університетами сучасних викликів середовища як можливостей для розвитку та розуміння актуальності в даних умовах університетського підприємництва, усвідомлення власної ключової ролі в інноваційному розвитку соціально-економічних екосистем та прийняття активної позиції у процесі формування культури взаємодії з іншими її суб'єктами – бізнесом, владою, громадою – з метою побудови конструктивного діалогу та творення механізмів ефективної співпраці, що базується на узгодженості інтересів кожного з учасників та спрямована на досягнення позитивних ефектів для соціально-економічної екосистеми загалом.

Література:

1. Закон України “Про вищу освіту” (2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18?nreg=1556-18&find=1&text=%C4%CE%D1%CB%B2%C4%CD%C8%D6%DC%CA%C8%C9+%D3%CD%B2%C2%C5%D0%D1%C8%D2%C5%D2&x=0&y=0>.
2. Романовський О.О. Базові поняття та визначення підприємницького ВНЗ [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1628>.

Barbara LAMBRINOW

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Polska

RESTRUKTURYZACJA PRZEDSIĘBIORSTW UZDROWISKOWYCH JAKO PODSTAWOWY ELEMENT ZMIAN PRODUKTU TURYSTYCZNEGO W UZDROWISKACH

Zmiany zachodzące we współczesnej gospodarce wymusiły konieczność zmian w sposobie myślenia i zarządzania przedsiębiorstwami, które są kluczowymi jej podmiotami. Dynamika procesów rynkowych wymusza umiejętne dostosowanie zadań, funkcji i metod zarządzania do ciągle przeobrażających się warunków ich funkcjonowania. Również przedsiębiorstwa uzdrowiskowe zmuszone są do ustawicznego doskonalenia podejmowanych działań.

Poprzez restrukturyzację przedsiębiorstwa uzdrowiskowego rozumie się przemyślaną zmianę celów (misji) przedsiębiorstwa uwzględniającą występującej lub mającej wystąpić w przyszłości zmiany w otoczeniu. W związku z tym podjęcie decyzji o restrukturyzacji musi być oparte na przesłankach wynikających ze zmian w otoczeniu i potrzeby konkurencyjności. Proces urynkowania gospodarki poprzez restrukturyzację należy obecnie postrzegać jako warunek niezbędny przetrwania i rozwoju przedsiębiorstw uzdrowiskowych.

W zależności od ram czasowych można rozróżnić dwa etapy restrukturyzacji:

- związany z ochroną przed upadkiem (restrukturyzacja naprawcza lub ratunkowa), polegająca na zmianie formy organizacyjno-prawnej, racjonalizacji zatrudnienia, ograniczeniu świadczenia nierentownych usług;
- związany z doskonaleniem zasad funkcjonowania (restrukturyzacja rozwojowa) polegająca na obniżaniu kosztów, poszukiwaniu produktów pożądaných przez klientów, budowaniu strategii rozwoju.

W zależności od problemów zidentyfikowanych w ramach diagnozy restrukturyzowanego przedsiębiorstwa stosuje się odpowiednie narzędzia. Najczęściej wyróżnia się dwa rodzaje

czynników:

- wewnętrzne - związane ze strukturą przedsiębiorstwa, stylem zarządzania i
- zewnętrzne do których należą determinanty instytucjonalno-prawne, zmiany w popycie, rozwój technologiczny, konkurencyjność rynku i uwarunkowania finansowe.

W uzdrowiskach tradycyjnie rozwijano turystykę opartą na usługach turystyczno-leczniczych i naturalnych zasobach (wody mineralne, borowiny, klimat leczniczy), na skutek zmian rynkowych poszerzając ofertę o usługi wellnes i turystykę medyczną. Główną przesłanką pobytu w przedsiębiorstwach uzdrowiskowych są profilaktyka zdrowotna i odpoczynek, a w mniejszym stopniu poprawa stanu zdrowia. W związku z tym uzdrowiska musiały wypracować nowy system obsługi klienta i poszerzać ofertę opartą na badaniach rynku.

Zmiany zachodzące w otoczeniu uzdrowisk i prywatyzacja przedsiębiorstw uzdrowiskowych implikowały potrzebę restrukturalizacji przedmiotowej, czyli zmiany produktu turystycznego. Zmiana ta polega na zmianie produktu turystyki uzdrowiskowej na produkt turystyki zdrowotnej. Turystyka uzdrowiskowa definiowana jest jako wyjazd wypoczynkowy do uzdrowiska, gdzie do regeneracji organizmu wykorzystuje się czynniki naturalne, takie jak klimat, wody lecznicze, itp. lub świadome i dobrowolne udanie się na pewien okres poza miejsce swojego zamieszkania do miejsca, w którym istnieją udokumentowane warunki do lecznictwa poprzez lecznicze wykorzystanie właściwości złóż mineralnych i wód leczniczych oraz gazów, peloidów i wód morskich w celu regeneracji sił fizycznych i psychicznych [3]. Natomiast turystyka zdrowotna definiowana jest jako forma turystyki, która jest związana z poprawą zdrowia, aktywnym spędzaniem czasu wolnego i komercyjnym ich charakterem [1].

W ostatniej dekadzie obserwuje się rosnący trend dla usług turystyki zdrowotnej, co jest spowodowane między innymi „modą” na zdrowy styl życia, przekłada się to na wzrost przychodów przedsiębiorstw uzdrowiskowych w porównaniu z tendencją odnotowywaną dla przedsiębiorstw turystycznych. Przedsiębiorstwa uzdrowiskowe restrukturyzują swój produkt przez: rozbudowę produktu turystyczno-leczniczego w oparciu o oczekiwania klientów, wydłużenie czasu pracy, specjalizacje.

Główne zmiany produktu uzdrowiskowego przed i po restrukturalizacji przedsiębiorstw uzdrowiskowych dotyczą następujących czynników [2]:

1. Nabywca – kuracjusz - turysta kuracyjny, turysta.
2. Główna infrastruktura - szpital, sanatorium, park zdrojowy, pijalnia wód itp. - obiekt zbiorowego zakwaterowania, szpital, sanatorium, park zdrojowy itp.
3. Dodatkowa infrastruktura - baseny lecznicze, urządzenia odnowy biologicznej, sprzęt rehabilitacyjny, obiekty sportowe, urządzenia odnowy biologicznej, sprzęt rehabilitacyjny.
4. Charakter usług – usługi profesjonalne i bytowe.
6. Usługi podstawowe – usługi leczniczo-uzdrowiskowe oraz usługi turystyczno-lecznicze.
7. Usługi dodatkowe – usługi turystyczne i lecznicze.
8. Użyteczność klienta – poprawia i wspomaga zdrowie, zapobiega chorobom, pozwala wypocząć i zrelaksować się.

Zmieniający się rynek i oczekiwania klientów doprowadziły do restrukturalizacji przedsiębiorstw uzdrowiskowych doprowadzając do zmian produktu turystyki uzdrowiskowej, co przyczyni się do rozwoju i rentowności tych przedsiębiorstw.

Literatura:

1. Connell J., Medical tourism: sea, san, sand and surgery, "Tourism Management" no 27, 2006.
2. Januszewska M., Nawrocka E., Proces obsługi klienta w przedsiębiorstwach uzdrowiskowych, Zeszyty Naukowe WSB nr 38, Wrocław 2003.
3. Kornak A.S., Turystyka i uzdrowiska w gospodarce gmin i powiatów u początku XXI wieku, WSHiT, Częstochowa 2004.