

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В КЛІНІЦІ ЕСТЕТИЧНОЇ МЕДИЦИНИ «AESTHETIC CONSILIUM»

*Линок І.О., магістр, Янковець Т.М., к.е.н., доцент
Київський національний університет технологій та дизайну*

Анотація. У статті з'ясовано сутність інноваційної діяльності, інноваційного процесу та інноваційного потенціалу та досліджено особливості їх застосування на вітчизняних підприємствах естетичної медицини.

Ключові слова. Інновація, інноваційна діяльність, інноваційний процес, інноваційний потенціал, інноваційні послуги, клініка естетичної медицини.

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ В КЛИНИКЕ ЭСТЕТИЧЕСКОЙ МЕДИЦИНЫ «AESTHETIC CONSILIUM»

*Линок И.А., магистр, Янковец Т.Н., к.э.н., доцент
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Аннотация. В статье исследованы сущность инновационной деятельности, инновационного процесса и инновационного потенциала, а также особенности их применения на отечественных предприятиях эстетической медицины.

Ключевые слова. Инновация, инновационная деятельность, инновационный процесс, инновационные услуги, клиника эстетической медицины.

FEATURES OF INNOVATIVE SERVICES IN THE «AESTHETIC CONSILIUM» CLINIC OF AESTHETIC MEDICINE

*Lynok I., Iankovets T.N.
Kyiv National University of Technologies and Design*

Abstract. The article outlines the essence of innovation activity, innovation process and innovation potential and explores the peculiarities of their application at domestic enterprises of aesthetic medicine.

Keywords. Innovation, innovation activity, innovation process, innovative potential, innovative services, clinic of aesthetic medicine.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвиток суб'єктів господарювання все більше залежить від ефективного використання інновацій. Саме успішне їх впровадження сприяє економічному зростанню та підвищенню конкурентоспроможності підприємств. Проблему активізації інноваційної діяльності найчастіше пов'язують з проблемою формування й ефективного використання інноваційного потенціалу. Питання підвищення інноваційного потенціалу є одним із найбільш важливих у сучасних економічних відносинах. Відставання підприємств України в інноваційній сфері від фірм інших країн світу не дозволяє країні забезпечити високу конкурентоспроможність, а отже, і стійке економічне зростання. Ці обставини обумовлені як проблемами, які склалися в реальній економіці України, так і необхідністю уточнення нових теоретичних положень і науково-методичних розробок в галузі інноваційного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значними у галузі інновацій є наукові результати вчених ХХ ст., зокрема таких, як О. Амоша [2], Ю. Бажал [3], І. Гальчинський [7], М. Долішній [5], П. Завлін [8], О. Морозов [9], С. Пригожин [7], В. Семиноженко [9], В. Мельниченко [6], Л. Федулова [8], В. Геєць [9], Ю. Яковець [2] та інші. Сьогодні не виникає сумніву у тому, що інновації є потужним джерелом соціально-економічного розвитку як окремих підприємств, так і суспільства в цілому. Але навіть сьогодні, у ХХІ ст., залишаються невирішеними питання активізації інноваційної діяльності та розвитку інноваційного потенціалу з урахуванням особливостей інноваційних послуг на підприємствах естетичної медицини.

Метою дослідження є з'ясування сутності інноваційної діяльності, інноваційного процесу та інноваційного потенціалу та особливостей їх застосування на вітчизняних підприємствах з надання естетичних медичних послуг.

Викладення основного матеріалу. Головною метою інновацій на рівні держави є забезпечення збалансованої взаємодії науково-технічного і виробничого потенціалів, розробка та впровадження ефективного механізму інноваційної діяльності підприємств на новій технологічній, економічній та організаційній основі.

Важливе значення для розвитку та впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах відіграє державна політика у даній сфері. Для переходу економіки України на інноваційний шлях розвитку необхідне досконале нормативно-правове забезпечення категоріального апарату інноваційної діяльності. В Україні діє низка законодавчих актів, що регулюють відносини у даній сфері. Так, в законодавстві України, зокрема у законі України «Про інноваційну діяльність», значною мірою синтезують теоретичні уявлення, що сформувався в процесі еволюції інноваційної теорії [1]. Проте, визначення категоріального апарату у даному законі не розкриває сутності категорій у комплексному її розумінні. В ньому інновація носить уречевлений характер, тоді як не враховується те, що інновація – це процес, діяльність, якісні зміни, прибуткове використання, нова комбінація.

Оскільки інноваційна діяльність є органічною складовою відтворювального процесу і одночасно інновація є результатом інноваційної діяльності, інновація виступає, з одного боку, як одиничний акт, і з другого – як процес.

Аналіз різних визначень інновації дає змогу зробити висновок, що специфічний зміст цієї категорії становлять зміни, а отже, головною функцією інноваційної діяльності є функція змін та інновації можна трактувати в трьох аспектах [1-9]:

- інновація в широкому значенні – будь-яка зміна, що підвищує конкурентоспроможність суб'єктів господарювання;
- інновація у вузькому значенні – процес трансформації наукових досягнень у виробництво;
- інновація, яка впроваджена в господарську практику.

У свою чергу, інноваційна діяльність та інноваційний процес за своїм змістом дещо різняться. Інноваційний процес є ширшим поняттям і охоплює всі стадії створення новинки – від ідеї до конкретного продукту, технології або послуги, які використовують у господарській практиці; всі етапи життєвого циклу інновації, в т.ч. її дифузії у нові умови і місця застосування. А інноваційна діяльність – це дії людей, спрямовані на створення чи впровадження інновації на певній стадії інноваційного процесу. Інноваційний процес – це процес перетворення наукового знання на інновацію, яка задовольняє нові суспільні потреби; послідовний ланцюг дій, що охоплює всі стадії створення новинки і впровадження у практику [6, с. 41]. Під час інноваційного процесу створюються не лише очікувані інноваційні продукти, а й супроводжувальні інновації, які є результатом креативної (творчої) інноваційної діяльності на певному її етапі. До основних етапів інноваційного процесу відносять науку, техніку, виробництво.

1. Наука. На цьому етапі розробляють теоретичні основи проблеми. Він охоплює стадії фундаментальних і прикладних досліджень. Фундаментальні дослідження спрямовані на вивчення теоретичних засад процесів чи явищ. Поштовхом до їх проведення є гіпотеза, яка потребує підтвердження. Результатом фундаментальних досліджень можуть бути відкриття. Світовий досвід показує, що фундаментальні дослідження дають позитивний результат лише у 10% випадків, практичне застосування, в свою чергу, матиме ще менше. Т.Г. Дудар у своєму підручнику «Інноваційний менеджмент» цитує Г. Форда, котрий вказував, що «самі по собі ідеї цінні, але кожна ідея, врешті решт, – тільки ідея. Завдання полягає в тому, щоб реалізувати її на практиці» [6, с. 42–43]. Отже, Т.Г. Дудар стверджував, що якщо дослідження мають цілеспрямований, пошуковий характер, то позитивних

результатів буде більше. Ці дослідження завершуються обґрунтуванням та експериментальною перевіркою нових методів задоволення суспільних потреб, а їх результатом є винаходи. Прикладні дослідження визначають напрям прикладного застосування знань, здобутих у процесі фундаментальних досліджень, їх результатом є нові технології, матеріали, системи. Ці дослідження також потребують значних інвестицій, є ризикованими і виконуються, як правило, на конкурсній основі галузевими науково-дослідними інститутами чи вищими навчальними закладами на замовлення держави або коштом великих промислових компаній, акціонерних товариств, інноваційних фондів тощо.

2. Техніка. На цьому етапі теоретичні конструкції явищ і процесів втілюють у матеріальну оболонку. Він охоплює стадії дослідно-конструкторських і проектно-конструкторських робіт, спрямовані на розроблення, проектування, виготовлення та випробовування дослідних зразків нової техніки, технології чи нового продукту [6, с. 44].

3. Виробництво (комерціалізація нововведення). Це етап впровадження у виробництво нового продукту, розроблення програми маркетингу і просування новинки на ринок. Інвестиції на цьому етапі теж ризиковані, але їх бере на себе суб'єкт господарювання, акумулюючи для цього кошти у спеціальних фондах і використовуючи позичковий капітал (банківські кредити) [6, с. 44]. Етап комерціалізації нововведення є завершальним в інноваційному процесі. Однак новий продукт не завжди залишається власністю підприємства, яке його створило. Право на виготовлення нового продукту можуть отримати й інші підприємства, придбавши відповідну ліцензію (лат. *licentia* – право), таким чином відбувається дифузія нововведення. Завершальною ланкою і результатом інноваційного процесу є створення конкурентоспроможного продукту.

Проте конкурентоспроможність залежить від ступеня новизни ідеї, взятої за основу нового продукту чи технології. Якщо ідея принципово нова, то життя новинки буде тривалим. Вона швидко поширюється і приносить комерційну вигоду інноваторам і суспільству загалом. Таким чином, на рівні підприємства інноваційний процес, попри спрямованість на створення нової споживчої вартості, характеризується значно сильнішим прагненням його учасників до комерційного успіху, а він, як правило, тісно пов'язаний з інноваційним потенціалом підприємства [6, с. 44].

Поняття «потенціал» походить від латинського слова «*potentia*», яке означає силу, міць, можливість, здатність, існуючу в прихованому вигляді і здатну проявитися за певних умов. У спеціальному сенсі – це ступінь можливого прояву певної дії чи функції. У більш широкому сенсі потенціал – це сукупність чинників, що є в наявності, які можуть бути використані і приведені в дію для досягнення певної мети, результату. Поза прив'язкою до конкретної сфери, потенціал можна розглядати як здатність матерії переходити від можливості до реальності, від одного стану в інший (наприклад, від старого до нового). При цьому потенціал – це міра єдності досягнутого, яка може бути використана з певною метою і бути можливою, тобто досяжною за певних умов. Таким чином, у вузькому сенсі інноваційний потенціал підприємства можна визначити як сукупність наявних у підприємства коштів, можливостей для впровадження нововведень у виробничій, фінансовій, управлінській і комерційній діяльності відповідно до базових цілей його розвитку. У широкому сенсі під інноваційним потенціалом підприємства розуміються відносини, які виникають на мікрорівні між працівниками з приводу досягнення базових цілей підприємства, закладених у стратегії його розвитку, за умови наявності інноваційних можливостей, які створюються за рахунок інших компонентів потенціалу [3, с. 58; 4; 9, с. 132].

Яскравим прикладом формування та реалізації інноваційного потенціалу є розвиток світового ринку парфумерно-косметичних товарів. Сьогодні косметична продукція є повсякденною необхідністю кожної цивілізованої людини. Незважаючи на величезне різноманіття товарів, споживач ретельно підбирає ті, котрі найкраще відповідають йому у

фізіологічному та психологічному аспектах. Вільний вибір споживача при покупці та різноманіття асортименту продукції розвивають потужну маркетингову боротьбу, у якій виробники прагнуть постійного вдосконалення для задоволення вимог усіх споживачів.

Виробництво суттєво удосконалилося і в рецептури вносять нові складові без належної нормативної аргументації на державному рівні. Одним із стратегічних напрямів ефективного розвитку провідних держав є розвиток і застосування нанотехнологій у різних галузях промисловості. Усвідомлюючи перспективи нанотехнологій, більшість країн світу інвестують великі кошти у їх розвиток, впроваджуючи відповідні національні програми. Косметологія є однією з найбільш відкритих галузей для їх використання. Кількість практичних інновацій у галузі нанокосметики стрімко зростає [8, с. 33].

Одним з представників активного використання парфумерно-косметичних засобів та застосування нанотехнологій є клініка естетичної медицини «Aesthetic Consilium», створена згідно чинного законодавства України. Підприємство створене з метою надання різних естетичних, медичних послуг, розширення сфери послуг та одержання прибутку на вкладені кошти, задоволення соціально-економічних потреб за рахунок інновацій. У клініці надаються такі послуги:

- для жінок: anti-age косметологія; естетика тіла; пластична хірургія; корекція тіла; ін'єкція краси; стоматологія; гінекологія;
- для чоловіків: anti-age косметологія; естетика тіла; корекція тіла; ін'єкція краси; стоматологія.

Естетичні послуги мають свої особливості, які необхідно врахувати під час здійснення інноваційної діяльності та формування і реалізації інноваційного потенціалу:

1. Неосяжність, адже послуги неможливо побачити, спробувати до моменту їх придбання. Довіру клієнта можна укріпити, підвищуючи відчутність послуг. Для цього необхідно: зробити майбутню послугу більш реальною, а саме показати клієнту сучасні каталоги, журнали, фотороботи з результатами роботи; зробити майбутню послугу бажаною, а саме описати послугу, її естетичні переваги.

2. Непостійність якості. Якість послуг коливається в широкому діапазоні, залежно від того, хто надає ці послуги. Один і той же лікар виконує по-різному одну й ту саму послугу. В свою чергу, клієнт завжди прагне до максимально високої якості послуг за рахунок інновацій;

3. «Нетривалість» у часі;

4. Невід'ємність послуги від її виконавця. Отже, визначивши основні особливості медичних послуг, можна передбачити, що і ціни на них устанавлюються особливим чином.

При визначеній ціні послуг клієнти звертають увагу на такі чинники: затишок в клініці (якісний ремонт і обладнання); якість робіт (кваліфікований персонал); високий сервіс; імідж салону; інноваційний підхід. Тобто, у клініки всі необхідні умови для створення нових косметичних послуг для задоволення клієнтів.

Послуги, які надає клініка є інноваційними, адже вона працює в новому напрямку медицини, де поєднано використання всіх інновацій у сфері парфумерно-косметичних засобів, ін'єкційних та апаратних процедур, які направлені саме на естетику тіла та уповільнення механізмів старіння організму. Завдяки такій особливості відбувається активний інноваційний розвиток нових унікальних послуг в сфері естетичної медицини, які дуже швидко набувають великого попиту на ринку.

Висновки. У статті з'ясовано сутність інноваційної діяльності, інноваційного процесу та інноваційного потенціалу підприємства. Виділено етапи інноваційного процесу, спрямованого на розвиток підприємства, завдяки створенню нових косметичних послуг для медичної клініки. Для цього підприємству необхідно активізувати інноваційну діяльність та підвищувати рівень інноваційного потенціалу шляхом науково обґрунтованого його формування та ефективного використання. Це сприятиме підвищенню

конкурентоспроможності товарів та послуг, що забезпечуватиме комерційний успіх та подальший розвиток підприємства.

Література

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon1.rada.gov.ua.
2. Амоша О.І. Організаційно-економічні механізми активізації інноваційної діяльності в Україні / О.І. Амоша // Економіка промисловості. – 2006. – № 5. – С. 15–21.
3. Бажал Ю.М. Інвестиційний ресурс інноваційного розвитку / Ю.М. Бажал // Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / За ред д-ра екон. наук, проф. Л.І. Федулової. – К.: Основа, 2005. – С. 56–71.
4. Долженкова В.М. Формирование инновационного потенциала предприятия: Автореф. до дипломної роботи магістра / В.М. Долженкова // ДонНТУ: Факультет економіки, кафедра ЕПР // www.rusnauka.com.
5. Долішній М.І. Концептуальні засади регіональної соціально-економічної політики та її компоненти / М.І. Долішній, С.М. Злупко // Регіональна економіка. – 1997. – № 3. – С. 28–35.
6. Дудар Т.Г. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / Т.Г. Дудар, В.В. Мельниченко. – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 246 с.
7. Інноваційна стратегія українських реформ / А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, А.К. Кінах, В.П. Семиноженко. – К.: Знання України, 2002. – 336 с.
8. Інноваційний розвиток в Україні : наявний потенціал і ключові проблеми його реалізації: Аналітична доповідь Центру Разумкова [Електронний ресурс] // Національна безпека і оборона. – 2004. – № 7. – Режим доступу: www.uscprs.org.
9. Морозов О.Ф. Визначення та управління прихованим інноваційним потенціалом підприємства / О.Ф. Морозов, Л.М. Руссу // Збірник наукових праць III Всеукраїнської науково-практичної конференції (15 березня 2012 р.). – К.: НТУУ «КПІ»; Політехніка, 2012. – С. 130–136.