

Тетяна КУЗНЯК

здобувачка освітньо-професійної програми

«Менеджмент закладів охорони здоров'я» ТНЕУ

Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ТНЕУ Василь ЗДРЕНИК

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ

В сучасних умовах у вітчизняній економіці активізувалися процеси формування ринкового середовища. Спричинені ними перетворення охопили всі сфери господарювання, в тому числі й систему охорони здоров'я. Це вимагає проведення ефективних реформ, найважливішою з яких є створення ринку медичних послуг. Зарубіжний досвід засвідчує, що розвинений ринок медичних послуг забезпечує населенню належний доступ до якісного медичного обслуговування, опосередковано впливаючи на збільшення тривалості життя, поліпшення здоров'я, збереження генофонду нації. На жаль, в Україні ринок медичних послуг формується спонтанно і хаотично [1].

Специфічною рисою ринку медичних послуг є його соціальна спрямованість, за якої максимізація прибутку в жодному разі не може бути пріоритетом при наданні кваліфікованих медичних послуг. Сама по собі послуга являє специфічну форму виробничої діяльності, результат якої спрямований не на створення матеріального блага, а на отримання певного (конкретного) корисного ефекту, що стосується безпосередньо людини. Отже, медична діяльність передбачає послугу, в основу якої покладено ефект збереження та зміцнення здоров'я. Такий різновид послуг обмежений у транспортуванні, оскільки, наприклад, хірургічні операції практично не виконуються вдома, а інші (ін'єкції, маніпуляції, консультування тощо) можуть бути виконані й на виїзді. Тому специфіка ринку надання медичних послуг накладає відбиток на цей різновид бізнесу. У цьому контексті можна виокремити особливості системи охорони здоров'я: по-перше, надання багатьох різновидів медичної допомоги потребує великих первинних витрат та наявності стартового капіталу і, по-друге, попит на цьому ринку може активно стимулювати появу нових спеціалістів і псевдофахівців [2].

Конкурентами на ринку медичних товарів і послуг можуть бути: 1) приватнопрактикуючі лікарі й фармацевти, які можуть обслуговувати клієнтів, учасників ринку; 2) комерційні організації, підприємницькі структури, що виробляють аналогічні товари медичного призначення, надають ідентичні медичні послуги споживачам на тому ж ринку, на якому представлений даний учасник; 3) бюджетні організації, що надають товари й послуги, аналогічні реалізованим даним учасником ринку, або здатні їх замінити; 4) потенційні конкуренти в особі господарюючих суб'єктів, що розташовують можливість провадити й продавати аналогічні товари й послуги на тому ж ринку.

Покупцями медичних послуг є населення, яке витрачає кошти з сімейних бюджетів на задоволення потреб у сфері медичної допомоги, а також виробничі та інші організації, які з фондів громадського споживання можуть купувати медичні послуги для своїх працівників і членів їхніх родин (населення), як заохочення й стимул в роботі, а також як обов'язковий елемент безпеки праці на виробництві – медичні профілактичні огляди [3].

Щоб успішно витримувати конкуренцію на ринку медичних послуг, треба мати певні переваги відносно конкурентів і нарощувати ці переваги. Під конкурентною перевагою слід розуміти перевагу одного або групи конкурентів над іншими відносно тих ознак, властивостей, якостей, пропонувані до продажу товарів і послуг, умов їх придбання й споживання, у яких найбільш зацікавлений покупець [4].

До конкурентних переваг учасника ринку медичних послуг належать: 1) винятковість, унікальність пропонуваніх послуг, які не можуть надати інші учасники; 2) прийнятна для клієнтів ціна пропозиції, що не перевищує цін пропозиції аналогічних послуг інших учасників; 3) більш висока якість послуг; 4) великий асортимент послуг; 5) гарантії якості й надійності пропонуваної послуги, забезпечені можливістю заміни, повторної послуги, усунення дефектів, компенсації втрат; 6) зручне для клієнтів місце розташування пункту надання послуг; 7) зручний для пацієнтів режим роботи лікарів; 8) супровід процесу надання послуг консультаціями висококваліфікованих фахівців-медиків; 9) наявність цінових знижок для певних категорій споживачів, сезонних знижок, оптових знижок; 10) висока культура обслуговування.

В умовах жорсткої конкуренції досягають успіху ті медичні установи, які передають непрофільні активи і процеси управління зовнішнім підрядникам, або аутсорсинговим компаніям. Аутсорсинг є доволі перспективним напрямом для охорони здоров'я, оскільки в кожному медичному закладі значна частина робочого часу витрачається на функції, не пов'язані безпосередньо з наданням медичної допомоги. Важливим є зменшення витрат на забезпечення. Виділяють у зовнішнє економічне середовище бізнес-процеси з відповідним нерухомим та рухомим майном. Це пов'язано як зі зменшенням витрат на персонал, вивільнений під час виділення активів, так і з інфраструктурними та забезпечувальними факторами.

Отже, створення умов формування конкурентного середовища в галузі охорони здоров'я, становлення і розвиток конкурентоспроможності медичних послуг і медичної праці – ефективний інструмент підвищення якості виробничих відносин в галузі і, найголовніше, абсолютно необхідна умова формування сучасних маркетингових відносин між пацієнтом і лікарем.

Використані джерела

1. Вахній В.В. Формування ринку медичних послуг. Вісник МАУП. 2011. С. 348-351. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/v2i3/348.pdf>
2. Шомникова А. В. Ринок медичних послуг: проблеми ефективного використання

маркетингових досліджень. Наукові праці НДФІ. 2009. Вип. 2. С. 131-136. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdfi_2009_2_15.

3. Літвак А. Стан ринку медичних послуг в Україні. Актуальні проблеми державного управління. 2012. Вип. 1. С. 101-106. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apdyo_2012_1_30.

4. Рожков Г. С. Особливості конкуренції на ринку медичних товарів і послуг України. Економіка та держава. 2010. № 6. С. 90-92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2010_6_29.

Юлія КУПЧИК

здобувачка освітньо-професійної програми
«Публічне управління та адміністрування» THEU

Іванна ТАЦЯК

здобувачка освітньо-професійної програми
«Публічне управління та адміністрування» THEU
Науковий керівник – к. н. держ. упр., доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу THEU Пунда А. В.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ В КОНТЕКСТІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

У чинному законодавстві визначення служби в органах місцевого самоврядування закріплено в Законі України "Про службу в органах місцевого самоврядування": служба в органах місцевого самоврядування – це професійна, на постійній основі діяльність громадян України, які займають посади в органах місцевого самоврядування, що спрямована на реалізацію територіальною громадою свого права на місцеве самоврядування та окремих повноважень органів виконавчої влади, наданих законом (ст. 1), згідно зі ст. 5 Закону "на посаду можуть бути призначені особи, які мають відповідну освіту і професійну підготовку" [1]. Враховуючи наведене, ми бачимо законодавчо закріплену сферу діяльності службовців органів місцевого самоврядування, а також те, що ця служба має здійснюватися особами з відповідною освітою та професійною підготовкою.

Сьогодні органи місцевого самоврядування є найбільш наближеними до громадян і питання місцевого значення ефективно вирішуються завдяки місцевим органам влади, які краще обізнані щодо реального стану справ на місцях. Одержувачем послуг на місцях є громадяни, які зацікавлені в якості цих послуг і саме територіальна громада регулює діяльність органів місцевого самоврядування та посадовців. Інакше кажучи, наявна взаємозалежність і зацікавленість у взаємозв'язку між територіальною громадою, яка є користувачем послуг, і службовцями органів місцевого самоврядування, які мають забезпечити надання якісних послуг у межах своєї компетенції. Основне завдання органів місцевого самоврядування – це компетентне вирішення ними