

- 2) система винагород;
- 3) організаційний клімат;
- 4) структура роботи [1].

Мотиваційний механізм на кожному конкретному підприємстві повинен включати ті прийоми, методи та системи стимулювання, які є найбільш актуальними для загального виробничого процесу. Через велику кількість понять і теорій мотивації це супроводжується різноманітністю поглядів не тільки на характер мотиваційного процесу, але і на методи впливу на систему мотивації [3, с.82].

Варто також врахувати, що очікування стабільних ринкових відносин та збереження наявних традиційних систем матеріального стимулювання перешкоджають формуванню економіки ринкового типу. Тому вітчизняним підприємствам потрібно використовувати результати наукових досліджень, найкращі міжнародні практики для розробки власних, найбільш прийнятних систем матеріального стимулювання для ефективного управління персоналом.

Таким чином, можна дійти висновку, що мотивація є основною складовою управління та однією з найбільш досліджуваних у науковій літературі, оскільки охоплює широкий спектр підходів та концепцій. Ось чому, щоб вижити в умовах поточної фінансово-економічної кризи, українські підприємства повинні забезпечити себе висококваліфікованим персоналом, який буде мотивований ефективною системою стимулювання, яка спрямовуватиме діяльність персоналу для досягнення цілей організації з використанням ефективних методів, в рамках існуючих принципів і законів.

Використані джерела

1. Brian Tracy. The Four Factors of Motivation. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.amanet.org/articles/the-four-factors-of-motivation/>
2. Колот А.М. Цимбалюк С.О. Мотивація персоналу. Київ, 2011. 397 с.
3. Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент / В. П. Сладкевич. Київ, МАУП, 2001. 168 с.
4. Соломанидина Т.О., Соломанидин В.Г. Мотивация трудовой деятельности персонала. Москва. Юнити-Дана, 2009. 313 с.

Роман ЧОРТКІВСЬКИЙ

здобувач освітньо-професійної програми
«Менеджмент закладів охорони здоров'я» ТНЕУ
Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ТНЕУ Любов ЗАСТАВНЮК

КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ

В умовах реформування вітчизняна система охорони здоров'я зазнає докорінних змін, зумовлених вимогами часу та ринку. Докорінні зміни медичної галузі передбачають формування інноваційної системи надання

медичних послуг. Відтак посилення конкуренції на ринку медичних послуг вимагає від закладів охорони здоров'я здійснювати пошук принципово нових моделей їх функціонування та розвитку. Саме тому особливої актуальності набуває необхідність застосування комплексу маркетингу як одного із найефективніших засобів зміцнення позицій закладу охорони здоров'я на ринку медичних послуг.

Із запровадженням страхової медицини і появою великої кількості приватних медичних закладів виникла конкуренція на ринку медичних послуг та відповідно зросла увага до якісних параметрів їх діяльності. Досягнення та утримання високого рівня конкурентоспроможності медичних закладів – одне з найважливіших завдань менеджменту закладів охорони здоров'я, реалізація якого можлива на засадах інновацізації управлінських технологій та їх впровадження у функціональну діяльність медичних установ; посилення вимог до кваліфікаційного, морально-психологічного та етичного рівня персоналу, який дотримується норм лікарської етики та деонтології; дотримання відповідного рівня ресурсного, матеріально-технічного та фінансового забезпечення діяльності закладів охорони здоров'я.

Інновацізація інструментів менеджменту закладів охорони здоров'я повинна мати в своїй основі маркетингові підходи, що враховують галузеву та професійну специфіку діяльності медичних закладів. Формування сучасних моделей маркетингового управління закладами охорони здоров'я слід орієнтувати на систему ринкових взаємовідносин між споживачем медичних послуг – пацієнтом (клієнтом) та виробником (надавачем) цієї послуги – лікарем (працівником медичного закладу). Формалізація цих взаємовідносин згідно з чинними нормативно-правовими вимогами має здійснюватися шляхом укладання угод (контрактів) щодо обслуговування на основі дотримання відповідних стандартів надання медичних послуг, шляхом впровадження систем управління якістю, стандартизації та сертифікації медичних послуг, ліцензування та акредитації медичних установ, атестації медичних працівників та інших засобів організаційно-розпорядчого, регламентуючого впливу та адміністративного менеджменту [2, с. 178].

З'ясовано, що основними чинниками конкурентоспроможності закладу охорони здоров'я на ринку медичних послуг є: медична ефективність, тобто здатність у повній мірі задовольняти потреби споживачів шляхом надання повного спектру високоякісних медичних послуг, та адміністративна ефективність, передусім ефективність адміністративного, фінансового, кадрового, інформаційного, комунікаційного менеджменту в управлінні установою, її підрозділами, ресурсами. Відтак менеджмент сучасного медичного закладу повинен бути направлений на забезпечення максимального синергетичного ефекту від його функціональної діяльності.

З метою конкурентного позиціонування закладу охорони здоров'я на

ринку медичних послуг доцільним є впровадження в управлінську діяльність медичних установ та організацій елементів стратегічного бенчмаркінгу як безперервного циклу планування, координації, мотивації, методів роботи та оцінки дій з метою удосконалення діяльності, підвищення якості надання медичної допомоги та посилення конкурентних переваг на ринку медичних послуг [2, с. 178].

Таким чином, реалізація маркетингової моделі менеджменту закладів охорони здоров'я має передбачати формування вартості медичних послуг. У цьому випадку мають поєднуватись інструменти державного регулювання цін та засоби ринкового ціноутворення; досягати консенсус між забезпеченням соціальної функції держави (зокрема, в частині конституційного права громадян на безоплатну медицину) та досягненням економічної та соціальної ефективності функціонування медичних закладів як суб'єктів діяльності на ринку.

Використані джерела

1. Карамішев Д.В. Управління якістю медичної допомоги в контексті інноваційних перетворень системи охорони здоров'я. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej3/txts/GALUZEVE/10-KARAMISCHEV.pdf>.
2. Модернізація менеджменту системи охорони здоров'я в умовах проведення медичної реформи. (Аналітична записка за матеріалами науково-практичної конференції з міжнародною участю, Тернопіль-Кам'янець-Подільський, 12-13 грудня 2018 року). / Шкільняк М.М., Мельник А.Ф., Желюк Т.Л. та ін.]. *Вісник Тернопільського національного економічного університету*. Тернопіль. 2018. №4. С. 168-180.
3. Про Концепцію розвитку охорони здоров'я населення України: Указ Президента України від 7 грудня 2000 року № 1313. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1313/2000>.

Вікторія ЧУМАК

здобувача освітньо-професійної програми

«Управління персоналом» ТНЕУ

Науковий керівник – к.г.н, доцент, доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та персоналу ТНЕУ Зоряна ПУШКАР

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ КАДРОВОЇ СЛУЖБИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Кадрова служба (відділ кадрів) – це спеціалізований структурний підрозділ підприємства, спеціалісти якого здійснюють роботу з кадрами для виконання функцій організації роботи та взаємодії з персоналом.

Посилення ролі служби кадрів відбулось в період становлення ринкової економіки, тому з кожним днем зростає необхідність в раціональному підборі персоналу, організації його навчання та підвищенні кваліфікаційного рівня, особливо це стосується молодих працівників, після закінчення навчальних закладів (усіх рівнів акредитації), тому що саме вони володіють необхідними знаннями з маркетингу, менеджменту, ринкової стратегії, ціноутворення...