

5. Електронна демократія : сподівання та проблеми / Джоан Кедді, Крістіан Вергез та ін.; [пер. з англ. С.Соколик, О.Орель, К.Гомма] К. : Центр адаптації державної служби до стандартів Європейського Союзу, 2009. 164с.

6. Під час війни система охорони здоров'я України показала свою працездатність – голова Бюро ВООЗ в Україні. URL: <https://interfax.com.ua/news/interview/821272.html>

### **Віталій КОРОЛЬЧУК**

здобувач освітньо-професійної програми

«Менеджмент закладів охорони здоров'я», ЗУНУ

Науковий керівник – д.е.н., професор кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу ЗУНУ Руслан АВГУСТИН

## **КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА НАДАННЯ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ ЗАКЛАДОМ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Докорінні трансформаційні зміни в галузі охорони здоров'я України мають на меті побудову нової системи оздоровлення, в центрі якої перебуває пацієнт – споживач медичної послуги з його запитами та потребами. Формування системи, орієнтованої на пацієнта, означає для закладів охорони здоров'я переміщення акцентів в управлінні зі збільшення обсягів реалізації медичних послуг, забезпечення їх рентабельності, стримування витрат на цінності та результати, важливі для споживача.

Отримання пацієнтом можливості де-факто реалізувати своє право на вибір ЗОЗ та лікаря завдяки гарантованому пакету безкоштовних медичних послуг дає потужний поштовх до посилення конкуренції на ринку медичних послуг між закладами різних форм власності, яка створює необхідні передумови для споживачів, з одного боку, здійснювати вибір на користь того чи іншого постачальника безкоштовних медичних послуг, а з іншого – обирати найоптимальніше платне обслуговування у параметрах співвідношення ціна–якість.

Нові умови функціонування медичної галузі значно динамізують процеси змін в управлінні закладами, вимагають від менеджерів постійного моніторингу ринку медичних послуг з його принципово новими якісними і кількісними параметрами, інформаційно-технологічними та інноваційними форматами медичної бізнес-діяльності, зосередження на стратегічних напрямках діяльності, принципово інших підходів до маркетингу та клієнтів. Складність ситуації

підсилює той факт, що до 2017 року левова частка ЗОЗ не мала правового статусу підприємства, а отже широкої економічної свободи, фінансової автономії операційної діяльності, підприємницької ініціативи, що свідчить про відсутність досвіду роботи на ринку медичних послуг в умовах конкуренції, що загострюється. Нині, за нових умов фінансування, перед ЗОЗ постає триєдине завдання: задоволення персоналізованих й індивідуалізованих потреб пацієнтів; дотримання апріорі унормованого законодавчо рівня якості і безпеки медичної допомоги; забезпечення ефективності господарської діяльності – для закладів приватної форми власності та принаймні беззбитковості – для комунальних некомерційних підприємств (КНП). Підприємства та заклади сфери охорони здоров'я змушені рухатись вперед під впливом конкурентних сил, розвиваючи відповідні конкурентні стратегії, замість реагування на ринкові виклики за допомогою методів та підходів, які використовувались в минулому.

Становлення вітчизняного ринку медичних послуг перебуває під впливом глобальних тенденцій: вдосконалення інструментів контролю їх якості, стандартизації, уніфікації лікувальних протоколів, поширення новітніх діагностичних, лікувальних, інформаційних технологій, створення баз даних пацієнтів та захист інформації тощо. У зв'язку з цим актуалізується питання теоретичного обмірковування філософії ринкових процесів, еволюції стратегічного бачення, переосмислення вихідних науково-теоретичних положень і практичних аспектів щодо формування маркетингових конкурентних стратегій та впровадження нових методичних підходів в практику управління ЗОЗ.

Аналіз літератури, присвяченої проблемам конкурентоспроможності підприємств, свідчить, що існує декілька підходів до визначення сутності конкурентних переваг. Досить поширеним є визначення конкурентних переваг як тих характеристик, споживчих властивостей продукту або марки, які створюють для підприємства певну перевагу над її безпосередніми конкурентами [1]. Така перевага досягається шляхом надання споживачам більших благ: або за рахунок реалізації більш дешевого продукту, або завдяки пропозиції високоякісних продуктів з набором елементів сервісу, проте за порівняно вищими цінами. Даний підхід розглядає конкурентні переваги головним чином з позиції споживачів [1].

Визначимо ключові конкурентні переваги ЗОЗ, на яких фундуються три основні конкурентні стратегії (рис. 1).

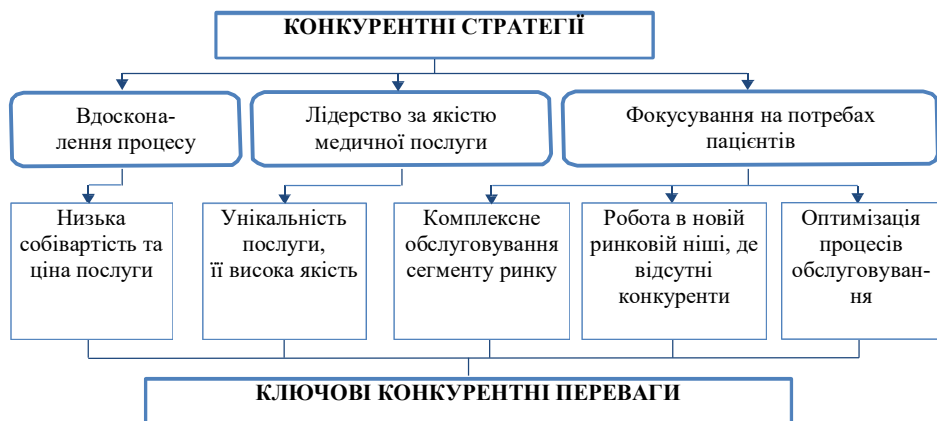


Рис. 1. Ключові конкурентні переваги ЗОЗ [2]

Для того, щоб ті або інші характеристики ЗОЗ можна було розглядати як конкурентні переваги, вони повинні відповідати наступним критеріям:

- по-перше, ці характеристики мають бути значущими з точки зору умов конкуренції в галузі охорони здоров'я і вимог ринку медичних послуг, тобто повинні відповідати ключовим факторам успіху;
- по-друге, вони мають бути стійкими за умов турбулентного ринкового середовища і важкодоступними для відтворення конкурентами;
- по-третє, ці характеристики повинні бути наочними для клієнтів. Тобто ЗОЗ має використовувати їх при розробці своєї маркетингової і, зокрема, рекламної стратегії.

На нашу думку, завдання конкурентних стратегій полягає в тому, щоб не тільки встановити конкурентну перевагу ЗОЗ по продуктах і ринках, але й зберегти цю перевагу. Конкурентні стратегії тісно пов'язані з ефективним використанням наявних і потенційних ресурсів і передбачають задоволення споживачів за рахунок завоювання лідируючих ринкових позицій [2]. Залежно від стану зовнішнього оточення і внутрішнього потенціалу ЗОЗ необхідно з низки типових конкурентних стратегій сформувати свою оригінальну стратегію, яка дозволить розвинути і успішно використовувати реальні конкурентні переваги.

**Список використаних джерел:**

1. Августин Р. Конкурентоспроможність та основні поняття, що її характеризують. *Наукові записки Тернопільського державного педагогічного університету імені В. Гнатюка. Серія: Економіка*, 2007. №21. С. 39-44

2. Августин Р.Р., Демків І.О. Управлінські інновації як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2020/16.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/16.pdf)

**Оксана КОРЧЕВСЬКА**

здобувачка освітньо-професійної програми  
«Менеджмент закладів охорони здоров'я», ЗУНУ  
Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу ЗУНУ Ірина ДЕМКІВ

**ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАСОБІВ ЦИФРОВОГО  
УПРАВЛІННЯ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

У світлі постійного прогресу на шляху оцифрування надання медичної допомоги, дослідники та фахівці з інформаційних технологій неодноразово наголошували на зростаючій потребі в ефективному управлінні. Завдяки складності галузі охорони здоров'я в поєднанні зі швидким темпом інноваційних технологій питання впровадження цифрових технологій охорони здоров'я та електронних медичних рішень є дуже актуальним.

Для успішного управління в сфері охорони здоров'я варто починати з покращення власного здоров'я за допомогою цифрових технологій, а також змінити власне ставлення до концепції здоров'я як такої, що стосується охорони здоров'я.

Світ технологій швидко розвивається і впливає на багато аспектів нашого повсякденного життя. Медичні послуги також трансформуються за допомогою нових технологій.

Україна стала на шлях цифровізації, про що свідчить Прийняття у 2018 році Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердженому плані заходів щодо її реалізації [1]. У даному документі зазначається, що розвиток цифрової економіки України полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій. Цифрове здоров'я – це використання цифрових технологій та доступних даних, а також пов'язані з цим культурні зміни, щоб допомогти населенню керувати своїм здоров'ям і добробутом та трансформувати характер надання медичної допомоги. Широкий спектр