

Дідух Юлія, Саліженко Сергій  
Західноукраїнський національний університет  
(науковий керівник: к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,  
публічного управління та персоналу ЗУНУ Крисько Ж.Л.)

## **ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ ДЛЯ УДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Нині розвиток ринкових відносин і процесів комерціалізації охорони здоров'я обумовлює фактичну зміну економічного стану медичного закладу, що набуває рис підприємства, яке надає послуги. У свою чергу, зміна статусу медичної установи веде до зміни характеру всіх економічних зв'язків і відносин, які встановлюються в їхній практичній діяльності, змушених все більше функціонувати на комерційній основі.

Запорукою життєздатності та успішного функціонування медичного закладу як підприємства, що надає послуги, в умовах ринкової економіки є філософія нового управління, що висуває на перший план необхідність аналізу та орієнтації та запити ринку та вимоги споживачів. При цьому в умовах специфічності ринку медичних послуг, де вимоги споживача можуть бути завищеними якість послуг, що надаються, виступає основним критерієм життєздатності лікувального закладу, і в цих умовах впровадження більш досконалих засобів діагностики, лікування та профілактики виступає одним з пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності.

Адаптація медичних закладів до ринкових умов функціонування, що активно розвиваються у всіх сферах соціально-економічного життя сучасного суспільства, зумовлює необхідність розробки та потреби впровадження нових інструментів управління на сучасному ринку медичних послуг.

В останні десятиліття в зарубіжних країнах було сформульовано, апробовано та набула поширення нова концепція соціально-орієнтованого управління виробництвом та збутом, названа соціальним маркетингом.

Як універсальний механізм системи управління маркетинг спрямований на максимально повне задоволення потреб людини та має безпосереднє відношення до найрізноманітніших галузей охорони здоров'я, у тому числі до системи забезпечення якості медичної допомоги.

Як бачимо, при ринкових відносинах сфера медичних послуг набуває маркетингової сутності. Однією з актуальних завдань теперішнього часу є адаптація до потреб охорони здоров'я методів організації та управління маркетингом.

Упровадження концепції маркетингу у сферу охорони здоров'я зумовлено тим фактом, що у ній реально існують такі сектори як державний, комунальний, приватний, а також сформувалася система обов'язкового соціального страхування, що сприяє існуванню елементів ринкових відносин.

Дослідження засвідчують, що основні передумови виникнення маркетингу медичних послуг пов'язанні із:

зміною методів фінансування закладів охорони здоров'я через розвиток нового господарського механізму;

розвитком комерційних закладів охорони здоров'я, функціонування яких передбачає отримання прибутку від надання послуг;

появою нових джерел фінансування, що є незалежними від держави, від імені страхових компаній, від безпосередніх покупців медичних послуг;

збільшенням витрат закладів охорони здоров'я на надання медичних послуг у зв'язку із застосуванням нових технологій лікування, досконалішого медичного обладнання, нових лікарських засобів;

підвищенням вимог щодо якості наданих медичних послуг в умовах зростання обсягу платних медпослуг

погіршенням стану здоров'я населення через зменшення його оборотності до медичних закладів внаслідок ускладнення економічної ситуації та соціальної нестабільності в країні.

Ось чому, так важливо оптимізувати як обсяг, так і структуру споживання медпослуг, а також збалансувати попит і потреби на медпослуги, що набуло особливого значення в умовах медстрахування - системи, де враховуються інтереси виробника і споживача медпослуг. Саме використовуючи маркетинг можна отримати необхідну інформацію про те, які медпослуги і чому хочуть отримати хворі пацієнти, яку суму вони готові заплатити за них, де найбільш високий попит та конкретні медпослуги, яким чином домогтися вищого обсягу та якості наданих медичних послуг.

### **Використані джерела:**

1. Попович Т.М., Крисько Ж.Л. Гарантії держави у наданні якісних медичних послуг. *Модернізація менеджменту та публічного управління в системі охорони здоров'я* / кол. монографія за науковою ред. д.е.н. Шкільняка М. М., д.е.н. Желюк Т. Л. Тернопіль: Крок. 2020. С. 261-293. URL: [http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38546/1/Mon\\_uzoz\\_t.pdf](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38546/1/Mon_uzoz_t.pdf)