

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНСТИТУТ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ СПЕЦІАЛІСТІВ ФАРМАЦІЇ
КАФЕДРА ОРГАНІЗАЦІЇ, ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦІЄЮ

**ПІДГОТОВКА СПЕЦІАЛІСТІВ ФАРМАЦІЇ
В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ
«НАВЧАННЯ ПРОТЯГОМ ЖИТТЯ
(LIFE LONG LEARNING)»:
НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА**

**МАТЕРІАЛИ ІV НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ, ЯКА ПРИСВЯЧЕНА
ПАМ'ЯТІ ПРОФ. ТОЛОЧКО ВАЛЕНТИНА МИХАЙЛОВИЧА**

21 листопада 2025 року

ПОБУДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТНИМИ ПЕРЕВАГАМИ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Посилкіна О. В., Ємсенко В. А.

Кафедра менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у фармації

Національного фармацевтичного університету

м. Харків, Україна

o.posilkina@gmail.com

Вступ. Актуальність управління конкурентними перевагами медичних закладів зумовлена низкою сучасних трансформацій у вітчизняній сфері охорони здоров'я (ОЗ) та на ринку медичних послуг. Сьогодні в Україні ОЗ вже не закрыта державна система, а динамічне конкурентне середовище, де успіх залежить від унікальних переваг і здатності кожного закладу задовольнити потреби пацієнтів. До того ж постійні зміни в законодавстві, технологіях та вимогах пацієнтів змушують медичні заклади розробляти та впроваджувати стратегічне управління, важливою складовою якого є формування довготривалих переваг. Саме формування унікальних конкурентних переваг дозволяє закладам охорони здоров'я (ЗОЗ) забезпечувати стабільний потік пацієнтів і, як наслідок, мати фінансову стабільність.

Мета дослідження полягає у визначенні сутності і основних складових системи управління конкурентними перевагами ЗОЗ.

Методи дослідження, які використовувалися при написанні роботи: індукції та дедукції, аналіз та синтез, спостереження, узагальнення, порівняння, контент-аналіз.

Результати дослідження. Проблема формування і управління конкурентними перевагами ЗОЗ є відносно новою для вітчизняного менеджменту. Опрацювання вітчизняних і зарубіжних наукових джерел дозволило нам узагальнити підходи різних науковців і наукових шкіл щодо визначення сутності цієї категорії. Отже, під конкурентними перевагами ЗОЗ ми розуміємо такі характеристики медичних послуг та процесів, які створюють для закладу певні переваги над своїми прямими конкурентами, тобто

конкурентні переваги є синергетичним результатом оперативного впровадження в закладі нововведень, швидкого реагування на потреби ринку медичних послуг, обґрунтованої диференціації медичних послуг, розумного сегментування ринку, високого рівня кваліфікації медичного персоналу, якості надання послуг та належного рівня медичного сервісу і високої компетентності менеджменту закладу.

Основними факторами, що зумовлюють необхідність формування і управління конкурентними перевагами ЗОЗ в сучасних умовах, є наступні:

- дерегуляція та розвиток приватного сектору у вітчизняній ОЗ;
- медична реформа і перехід від державного фінансування до системи фінансових гарантій, що зрівнює правила гри для всіх типів медичних закладів;
- зміна очікувань пацієнтів, оскільки завдяки доступу до інформації пацієнти стають більш вимогливими до якості, безпеки та сервісу, що змушує заклади адаптуватися;
- розвиток науково - технічного прогресу, який активізує інноваційну й інвестиційну діяльність ЗОЗ, обумовлює цифровізацію медичної сфери.

Складність і висока соціальна значущість сфери ОЗ, з одного боку, та існування вітчизняних ЗОЗ в реальних ринкових умовах і високого рівня конкуренції, з іншого боку, потребують побудови належної системи формування і управління конкурентними перевагами.

Система управління конкурентними перевагами в медичному закладі – це комплекс взаємопов'язаних складових, процесів і заходів, спрямованих на виявлення, формування, розвиток, утримання та реалізацію унікальних переваг, що забезпечують його успішність у конкурентному середовищі. Ефективна система дозволяє не лише реагувати на ринкові виклики, а й активно впливати на ринок медичних послуг, зміцнюючи позиції на ньому та збільшуючи кількість пацієнтів.

Основними складовими такої системи мають бути:

1. Стратегічне управління (визначення унікальної місії закладу, що відрізняє його від конкурентів; чітке бачення майбутнього розвитку, наявність стратегічного планування, що враховує аналіз зовнішнього

середовища та внутрішніх ресурсів, а також визначає пріоритетні напрямки розвитку ЗОЗ (наприклад, фокусування на конкретних спеціалізованих медичних послугах).

2. Маркетингова підсистема (аналіз медичного ринку; постійний моніторинг попиту, оцінка діяльності конкурентів, сегментування ринку, просування послуг, формування позитивного іміджу та репутації закладу, активна комунікація з цільовою аудиторією).

3. Управління якістю медичних послуг (стандартизація процесів, впровадження міжнародних та національних стандартів якості медичних послуг).

4. Інноваційна підсистема (інвестиції в нові технології, підтримка досліджень і розробок, що дозволяє закладу бути лідером у сфері лікування певних захворювань; запровадження нових методів діагностики, лікування, а також цифрових технологій).

5. Управління персоналом (залучення та утримання висококваліфікованих кадрів, створення умов для їх подальшого професійного розвитку; навчання та мотивація персоналу; формування належної корпоративної культури; мотивація до командної роботи, взаємоповаги та високої професійної етики).

6. Управління фінансовими ресурсами (оптимізація витрат; ефективне управління фінансовими потоками для зниження собівартості медичних послуг; залучення інвестицій; співпраця зі страховими компаніями та розробка гнучкої цінової політики).

Висновки. Впровадження ефективної системи управління конкурентними перевагами дозволить ЗОЗ збільшити обсяг медичних послуг та розширити базу пацієнтів; покращити якість медичного обслуговування пацієнтів; забезпечити високу репутацію на ринку медичних послуг; залучати та утримувати висококваліфікованих фахівців; підвищити рентабельність діяльності та фінансову стійкість.