

Радько А.С.

магістрант спеціальності адміністративний менеджмент

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

Рибіна Л.О.

кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів,

банківської справи та страхування

Сумський національний аграрний університет

м. Суми, Україна

РОЛЬ ІМІДЖУ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ В РЕФОРМУВАННІ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

Без розвитку людського капіталу, який охоплює знання, вміння, компетенції людей, їх здатності до подальшого навчання, неможливо забезпечити потужний соціально-економічний розвиток країни. Можна виділити широкий спектр факторів прямого впливу на якість інституційних реформ та соціально-економічних стратегій, спрямованих на розвиток людського капіталу, зокрема, реформування сфери охорони здоров'я.

Україна витрачає значну частину ВВП на послуги охорони здоров'я, проте рівень ВВП на душу населення в Україні є нижчим, ніж у більшості європейських країн. Водночас, багатьом країнам вдається досягати досить хороших показників тривалості життя та смертності, маючи співставні витрати на охорону здоров'я. Таку ситуацію обумовлюють глибинні недоліки, накопичені у національній системі охорони здоров'я через відсутність модернізації, ігнорування потреб населення, невикористання сучасних світових тенденцій, неефективної роботи системи та високого рівня корупції. Право людини на здоров'я повинно базуватися на економічному та соціальному розвитку і політичній стабільності. Україна потребує ефективного функціонування юридичних, фінансових, економічних, структурних, управлінських, організаційних, інформаційних і комунікаційних інститутів із метою досягнення найкращих результатів для здоров'я (його рівня та рівності в

ньому), фінансової захищеності при отриманні медичної допомоги, оперативного задоволення вимог та очікувань громадян і загальної ефективності галузі [1].

Новою парадигмою сучасного розвитку сфери охорони здоров'я у провідних країнах світу є ціннісно-орієнтована система охорони здоров'я. Головною метою ціннісно-орієнтованої медицини є покращення здоров'я населення. У пацієнто - орієнтованому підході важливим є розуміння якості і успішності надання медичної допомоги пацієнту як кожним лікарем, задіяним в лікуванні, так і клінікою.

Державі, суспільству і пацієнту вигідно зниження захворюваності і обсягів надаваних медичних послуг, тоді як діючій системі охорони здоров'я вигідно нарощування обсягів в межах наявного в системі фінансування. У зв'язку з цим в різних країнах проводяться реформи організації медичної допомоги та організації контролю за її наданням, де на чільне місце поставлені не кількісні показники, а якісні, націлені на віддалені наслідки втручань, реальне поліпшення здоров'я і зниження соціально-економічних втрат.

Медична допомога і медичні послуги повинні забезпечувати високий рівень фізичного й морального здоров'я населення, який, своєю чергою, істотно впливає на процеси економічного зростання не тільки на індивідуальному, а й на макроекономічному рівні. За ринкових умов господарювання фінансування і доходи постачальників послуг (до яких можна віднести і медичні послуги) залежать від обсягу та якості послуг, переважно на основі вільного вибору споживача, а не на підставі бюрократичних уподобань [2].

Для закладів охорони здоров'я, які переорієнтовуються на нові умови функціонування актуалізується проблема формування і розвитку їх позитивного іміджу, оскільки успіх на них у значній мірі пов'язаний зі здатністю сформувати свій позитивний образ у свідомості суб'єктів ринку медичних послуг. Відповідно, інструментом формування нових цивілізованих відносин між медичними закладами та їх контрагентами, в основі яких лежить консенсус інтересів є імідж закладу охорони здоров'я. Імідж медичного закладу

уможлиблює вирішення проблем, пов'язаних з регулювання соціальних зв'язків між різними партнерами для досягнення стабільності і створення оптимальних умов при реалізації цілей і місії медичного закладу, привертання уваги суспільних інститутів до проблем охорони здоров'я, створення умов для їх активної участі у розвитку системи охорони здоров'я и взаємовигідного соціально-економічного партнерства з медичними закладами.

Під іміджем медичного закладу розуміють багатокомпонентне явище, що являє образ організації, медичних кадрів, послуг, що сформувався у різних суспільних груп і змінюється в часі і в просторі під впливом комплексу факторів. У структурі іміджу Небилиця О.А. виділяє 8 компонентів: імідж медичної послуги; імідж партнерів медичної установи, споживачів медичної послуги; внутрішній імідж медичної установи (цінності, культура); імідж керівника медичної установи; імідж медичного персоналу; візуальний імідж медичної установи; соціальний імідж медичної установи; бізнес-імідж медичної установи [3].

Усі складові іміджу спрямовані на досягнення трьох основних цілей:

- досягнення високого рівня компетентності та ефективності в роботі з пацієнтами;
- створення і підтримка такого позитивного іміджу, який, безумовно, змушує пацієнтів довіряти медичному закладу;
- встановлення емоційного зв'язку із споживачами медичних послуг і суспільством [4].

Наряду з іншими установами, організаціями та підприємствами різних сфер діяльності в умовах розбудови конкурентоспроможної економіки заклади охорони здоров'я мають вагомий внесок в її розвиток. У свою чергу, вплив іміджу компанії на потенціал конкурентоспроможності обумовлено тим, що позитивний імідж, створюючи додаткову споживчу цінність, він здатний залучати потенційних споживачів, підвищувати ступінь задоволеності і лояльності існуючих покупців, підтримувати і посилювати їхню лояльність до

компанії, що адекватно відбивається на її фінансових результатах та ринковій вартості бізнесу [5].

Отже, імідж медичного закладу повинен стати самостійним стратегічно важливим ресурсом, тому його слід ввести в ряд з іншими стратегічними чинниками успіху. Управління іміджем медичного закладу повинне носити стратегічний характер.

Список використаних джерел

1. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015 – 2020 років. URL: <https://moz.gov.ua/uploads/0/691-strategiya.pdf>
2. Янчак Я. Ефективний розвиток та функціонування ринку медичних послуг в умовах глобалізації та інтеграційних процесів у охороні здоров'я. URL: <http://science.lpnu.ua/law/all-volumes-and-issues/volume-1-number-876-15-2017/effective-development-and-functioning-market>
3. Небилиця О.А. Особливості формування іміджу медичних закладів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія економічні науки*. 2014. Вип. 8. Ч.2. С. 110-113.
4. Головні елементи іміджу підприємства. URL: <https://www.kazedu.kz/referat/110557/1>.
5. Ілляшенко С.М., Колодка А.В. Роль іміджу у забезпеченні сталого розвитку промислових підприємств. Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі. Дискусії 2016: кол. монографія за наук. ред. Хлобистова Є.В. Черкаси. 2016. С. 522-535.