

РОЗВИТОК КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИХ КАНАЛІВ ВЗАЄМОДІЇ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ЗІ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

На сьогодні вітчизняна система охорони здоров'я має притаманну їй бюрократію та консерватизм, що є перешкодою для активного впровадження підходів та інструментів клієнтоорієнтованого управління у вітчизняні медичні заклади.

Отже, особливостями клієнтоорієнтованого управління закладу охорони є її спрямованість на:

1) "максимізацію цінності медичної послуги для пацієнтів шляхом отримання найкращих результатів за найменших витратах;

2) перехід від лікувального процесу до управління медичним закладом та його основними процесами" [1].

Іншим викликом є те, що на сьогодні комплекс мотивації медичного персоналу є не оптимізованим, що призводить до частого небажання медичних управлінських кадрів запроваджувати клієнтоорієнтоване управління.

Часто вагомою перешкодою для запровадження підходів клієнтоорієнтованого управління в систему менеджменту вітчизняних закладів охорони здоров'я є низька управлінська фаховість керівного складу. Значна кількість керівників закладів охорони здоров'я не мають додаткової освіти в сфері менеджменту, що зумовлює нерозуміння ними переваг клієнтоорієнтованого управління.

Також перешкодою також є перманентний процес реформування сфери охорони здоров'я, що зумовлює проблеми щодо фінансування й низького ступеня інноваційності.

Таким чином, враховуючи окреслені перешкоди для впровадження клієнтоорієнтованого управління в процес менеджменту закладів охорони здоров'я, ми сформуваємо такі пропозиції:

1. Є потреба в організаційних змінах в системі менеджменту закладів охорони здоров'я шляхом збільшення адаптивності та зменшення ієрархічності організаційного забезпечення.

2. Є потреба в посиленні на координаційної функції та впровадження автоматизованої системи управління медичним закладом.

3. Є потреба у стимулюванні інноваційної діяльності закладів охорони здоров'я, розвитку лідерських якостей персоналу.

4. Є потреба у підвищенні якості всіх напрямів діяльності медичного закладу.

7. Є потреба у розвитку організаційної культури закладу охорони здоров'я із залученням персоналу до використання клієнтоорієнтованого управління.

Базовими перевагами використання клієнтоорієнтованого управління є модернізація процесу надання медичних послуг та збільшення рівня сервісу для пацієнтів. Однак пересторогою при цьому є ризик формування "необґрунтованої потреби в медичній послугі. Тобто, недобросовісна конкуренція та маркетинг потенційно можуть перетворити у суспільній свідомості легкі або вікові розлади у серйозні захворювання, для лікування яких необхідно приймати препарати. Для прикладу, підсумувавши дослідження, опубліковані в пресі, на кожну людину припадає близько 20 потенційно небезпечних захворювань. Цей феномен описаний багатьма лікарями, ученими та журналістами" [2, 4]. На сьогодні для того, "щоб постійно підтримувати зростання останніми роками, індустрія здоров'я повинна дедалі більше прописувати ліки здоровим людям. Масштаби такої діяльності реалізуються через складні, стратегічно заплановані креативні маркетингові механізми, до яких вдаються компанії" [3].

Пріоритетним у цьому ракурсі повинна стати "соціальна відповідальність закладу охорони здоров'я незалежно від форми його власності.

Література

1. Карамішев Д.В. Державне регулювання інноваційних процесів у системі охорони здоров'я: дис. д-ра наук держ. управління: 25.00.02. Донецьк, 2007. URL: <http://disser.com.ua/content/252705.html>
2. Пашенко В. Ефективний внутрішній маркетинг – запорука успіху медичного закладу. *Практика управління медичним закладом*. 2016. №3. С.64-71
3. Соколова Ю.О. Удосконалення діяльності державного медичного закладу на засадах маркетингу. *Інфраструктура ринку*. 2019. №37. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/37-2019>.
4. Україна крізь призму Європейської хартії прав пацієнтів: результати виконання в Україні другого етапу європейських досліджень на відповідність стандартам ЄС з прав пацієнтів. Європ. прогр. Міжнар. фонду Відродж. «Розвиток співпраці аналітичних центрів України та країн Західної Європи». К.: Дизайн і поліграфія, 2012. 158 с.