

Тихонова Арина Алексеевна, Студентка,
Академия труда и социальных отношений, г. Москва
Tikhonova A.A., Student the Academy of labour
and Social Relations, Moscow

Досугова Александра Викторовна,
доцент кафедры экономики и менеджмента,
Академия труда и социальных отношений, г. Москва
Dosugova A.V. lecturer of Economics and management of
the Academy of labour and Social Relations, Moscow

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

Аннотация: В данной статье рассматриваются особенности системы управления конкурентоспособностью организаций в сфере медицинских услуг. Учитывая уникальные характеристики данного сектора, акцент делается на качестве обслуживания, инновационных технологиях, регулировании, обучении персонала и ориентированности на пациента. Статья также анализирует влияние данных факторов на успешность медицинских организаций в условиях растущей конкуренции и меняющихся потребностей клиентов.

Abstract: This article discusses the features of the competitiveness management system of organizations in the field of medical services. Given the unique characteristics of this sector, the emphasis is on quality of service, innovative technologies, regulation, staff training and patient orientation. The article also analyzes the impact of these factors on the success of medical organizations in the face of growing competition and changing customer needs.

Ключевые слова: конкурентоспособность, актуальность, инновации, управление.

Keywords: competitiveness, relevance, innovation, management.

Актуальность. Сфера медицинских услуг представляет собой высококонкурентную среду, где качество и доступность услуг имеют первостепенное значение. Система управления конкурентоспособностью в этой области требует специализированных подходов и методов, учитывающих специфику медицинского обслуживания. В условиях постоянного изменения законодательства, внедрения новых технологий и растущих ожиданий пациентов организациям необходимо адаптироваться и совершенствовать свои управленческие практики.

Таким образом, обозначена актуальность, что предопределяет выбор темы данной статьи.

Значительный вклад в теоретико-методологические и эмпирических исследованиях конкурентоспособности организации можно найти в трудах отечественные авторов: Торгунов И.А., Шаповалов В.И., Вербин Ю.И., Савельева Н.А., Коротина Н.М.

Определение такого концептуального термина как конкурентоспособность никогда не бывает истинным или ложным в абсолютном смысле, а о целесообразности использования того или иного термина можно судить по цели конкретного исследовательского научного или политического вопроса.

В отличие от других видов услуг, медицинские услуги или услуги здравоохранения оказывают прямое воздействие на здоровье, жизнь и благополучие всего общества. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) определяет услугу здравоохранения как любую услугу, способствующую улучшению здоровья или постановке диагноза, лечения и реабилитации, и подчеркивает, что услуги здравоохранения не ограничиваются медицинскими (или врачебными) услугами, а включают весь спектр услуг, приносящих пользу здоровью человека: просвещение в области здоровья, услуги, направленные на укрепление здоровья, экологические услуги, санитарии и пр. В Российской Федерации в близком смысле Федеральным законом “Об охране здоровья граждан” предложен термин “медицинская помощь”, как комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг.



Конкуренция в здравоохранении – это состояние и процесс взаимоотношений субъектов производства и потребления медицинских услуг в рамках специфической цивилизованной формы соперничества между медицинскими работниками (врачами) по достижению наивысшей степени удовлетворения целевых потребностей пациента.

Рынок медицинских услуг следует относить к рынкам несовершенной конкуренции, при котором доминирует небольшое число продавцов, а вход в отрасль новых производителей ограничен высокими барьерами. Иными словами, речь, как правило, идет об олигополии. Для преодоления входных барьеров участники рынка должны обладать соответствующей материально-ресурсной базой, пройти все этапы административного согласования. В противном случае, они не могут рассчитывать на высокие прибыли и доминирующие позиции на рынке. Эти выводы подтверждаются и при анализе модели формирующегося рынка медицинских услуг в России.

Особенности системы управления конкурентоспособностью на рынке медицинских услуг включает в себя следующие ключевые аспекты:

1. Анализ конкурентной среды: Понимание динамики изменения потребительского спроса и активности конкурентов помогает организациям адаптироваться к условиям рынка. В современном мире очень важно уметь адаптироваться под инновационные открытия конкурентов. Важно изучать новые тенденции и применять их на практике, для поддержания спроса у пациентов. Для конкурентоспособности важно сохранять соотношение цена/качество предоставляемых услуг, так как это непосредственно влияет на здоровье и финансовые возможности людей.

2. Качество услуг: Гарантия высокого уровня медицинских услуг является одним из главных факторов, определяющих условия конкуренции. Очень важно постоянно обучаться в сфере предоставляемых услуг и подтверждать свой профессионализм. В соответствии со ст. 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» продавец обязан оказать потребителю услуг (выполнить работу), качество которой соответствует договору. Если исполнитель при заключении договора был поставлен потребителем в известность о конкретных целях оказания услуг (выполнения работ), исполнитель обязан оказать услугу (выполнить работу), пригодную для использования в соответствии с этими целями. Если законами или в установленном ими порядке предусмотрены обязательные требования к услуге (работе), исполнитель обязан оказать услугу (выполнить работу), соответствующую этим требованиям.

3. Инновации и технологии: Внедрение новых технологий и методов лечения значительно повышает конкурентоспособность, позволяя организациям предлагать уникальные услуги. Инновации являются ключевым фактором конкурентоспособности в секторе здравоохранения. Постоянно развиваясь и предлагая инновационные решения в области здравоохранения, организации могут отличаться от конкурентов и привлекать пациентов, ищущих передовые методы лечения. Вот несколько способов содействия инновациям:

1. Новые медицинские устройства: Разработка новых медицинских устройств, которые удовлетворяют неудовлетворенные потребности или улучшают существующие методы лечения, могут дать организациям здравоохранения уникальное предложение по продажам. Это может включать сотрудничество с исследовательскими институтами или инвестирование в внутренние исследования и разработки.

2. Технологические методы лечения: Использование методов лечения, основанных на технологиях, таких как телемедицина, удаленный мониторинг пациентов или диагностика на основе искусственного интеллекта, может революционизировать оказание медицинских услуг. Интегрируя эти инновационные подходы, организации могут улучшить опыт пациентов, улучшить результаты в области здравоохранения и выделиться на рынке.

3. Персонализированная медицина: Адаптация медицинских процедур и методов лечения к отдельным пациентам на основе их генетических, экологических и факторов образа жизни приобретает все значение. Предлагая персонализированные медицинские решения, организации могут удовлетворить конкретные потребности пациентов и лидировать в предоставлении целевого и эффективного медицинского обслуживания.



Инвестируя в исследования и разработки, медицинские организации могут опередить конкурентов и постоянно предлагать инновационные решения в области здравоохранения, которые отвечают меняющимся потребностям пациентов.

4. Маркетинговые стратегии: Эффективное продвижение услуг и взаимодействие с пациентами – дополнительный инструмент для повышения конкурентоспособности. Стратегия представляет собой план, который объединяет основные цели организации, политику, решения и последовательность действий в единое целое. Стратегия может применяться на всех уровнях организации и относится к любой из функциональных областей управления. Так могут быть представлены производственные, финансовые, маркетинговые, кадровые и корпоративные стратегии.

При рассмотрении маркетинговых стратегий, можно выделить ценообразование, продукт, продвижение, распределение, маркетинговые исследования, продажи, реклама, мерчендайзинг и другие направления разработки стратегий. Стратегия в большей степени нацелена на эффективность, чем на результативность и является процессом анализа окружающей среды и разработки соответствия между организацией, ее ресурсами и задачами, и средой.

5. Персонал: Квалификационные навыки сотрудников и уровень их обслуживания напрямую влияют на репутацию медицинской организации. Концепция непрерывного развивающего обучения в системе целенаправленного управления развитием кадрового потенциала медицинских учреждений предполагает постоянную оценку совокупности профессиональных знаний, умений и навыков работников. В настоящее время существует большое количество исследований, посвященных вопросам оценки уровня профессиональной компетентности медицинских работников. Однако используемые методики слабо согласуются с принципами конкурентоспособности, не увязаны в единую систему построения и развития деловой карьеры, не координируются со стратегическими ориентирами развития медицинских учреждений и системы национального здравоохранения в целом. Данные обстоятельства определяют востребованность разработки адаптивных инструментов оценивания уровня профессиональной компетентности работников сферы здравоохранения с указанных позиций. При этом особое значение приобретает задача организационно-информационной поддержки функционирования механизма формирования и развития профессиональных компетенций медицинских работников и конкретизация его субъектно-объектного и функционально-содержательного наполнения.

Заключение

Система управления конкурентоспособностью в сфере медицинских услуг требует комплексного подхода, учитывающего специфические особенности отрасли. Успешные организации ориентируются на качество обслуживания, внедряют инновационные технологии и обеспечивают высокий уровень профессионализма своего персонала. Эти факторы способствуют повышению конкурентоспособности и устойчивому развитию на рынке. При этом важно учитывать меняющиеся потребности пациентов и активно работать над улучшением качества услуг, что в конечном итоге ведет к повышению доверия и лояльности клиентов.

Список литературы:

1. <https://04.rosпотреbnadzor.ru/index.php/consumer-information/faq/12981-04082020.html>
2. Коротина, Н.М. Основы управления конкурентоспособностью современного предприятия // Современные тенденции развития науки и технологий. –2015. –№ 2–7.–С. 66–69.
3. <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/4092541/>
4. Тогунов И.А. Конкуренция в здравоохранении и медицине //
5. Корпоративный менеджмент. URL: [http://www.cfin.ru/management/strategy/health system.shtml](http://www.cfin.ru/management/strategy/health_system.shtml).
6. Шаповалов В.И., Вербин Ю.И., Савельева Н.А. Конкурентоспособность как интегральный критерий эффективности дополнительного профессионального образования // Фундаментальные исследования. 2016. №10 (часть 1). С. 218-222.

