

**Лобова А. В.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

## **ІМІДЖ ПЕРСОНАЛУ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ**

Українська система охорони здоров'я наразі перебуває в активній стадії реформування. Діяльність в сфері медичних послуг все більше набуває ринкових ознак, що супроводжується посиленням конкурентної боротьби у галузі. Одним із дієвих інструментів забезпечення конкурентних переваг та високого рівня конкурентоспроможності є формування іміджу суб'єкта підприємницької діяльності. Характерною особливістю іміджу будь якого підприємства є «здатність формування незалежно від управлінських дій з боку його керівництва, але в разі некерованого процесу імідж формується стихійно та не завжди відповідає цілям та завданням розвитку підприємства» [1, с. 2]. Отже, для забезпечення позитивного впливу іміджу на формування конкурентних переваг підприємства необхідно запроваджувати дієві механізми та інструментарій управління ним, що в свою чергу потребує ґрунтовних досліджень наукового та прикладного характеру.

В цілому імідж підприємств сфери послуг, в тому числі й медичних це – «відносно стійке, емоційно забарвлене, уявлення образу підприємства, сформоване на основі особистого досвіду та отриманої інформації про його реальні, декларовані та очікувані якості, характеристики та показники, які мають економічну, соціальну та іншу значимість для суб'єктів взаємодії» [2].

Одним із важливих складових елементів цілісного іміджу будь якого підприємства є імідж його персоналу. Успіх конкурентної боротьби у сфері медичних послуг в значній мірі залежить від споживачів та суспільства до медичних працівників, що потребує створення привабливого професійного іміджу останніх. Імідж медичного працівника створює додаткові можливості для покращення його практичної діяльності, підвищення попиту на його професійні послуги та задоволення потреби споживачів у отриманні високоякісних медичних послуг.

Одним із найважливіших складових елементів медичного працівника є його професійний рівень, який у світовій практиці визначають як вагомий фактор формування високої ефективності системи охорони здоров'я країни в цілому.

Отже, для забезпечення високого рівня якості медичних послуг та підвищення конкурентоспроможності підприємств в сфері охорони здоров'я необхідно особливу увагу приділяти розвитку медичного персоналу особливо в частині підвищення його професійного рівня. Запроваджена реформа охорони здоров'я в Україні торкнулась й вдосконалення діючої багато років поспіль ще з радянських часів системи підвищення кваліфікації медичних працівників. В нашій країні запроваджено систему безперервного професійного розвитку лікарів, головною відмінністю якої є надання їм свободи у виборі методів навчання та формату підвищення професійного рівня, відповідно до власних побажань і потреб у вдосконаленні. При цьому держава відійшла від фінансування застарілих інституцій і переходить до адресного виділення коштів на підвищення кваліфікації кожного лікаря окремо. Для забезпечення ефективної реалізації програми безперервного професійного розвитку лікарів Україні потрібно якомога швидше інтегруватися у професійні мережі світової системи охорони здоров'я, що сприятиме створенню умов для встановлення зв'язків між фахівцями (лікарями, науковцями) в медичній сфері, обміну досвідом між ними [3]

Не менш важливими у формуванні іміджу медичного працівника є професійна етика й деонтологія, що є по суті філософією медичної діяльності, яка передбачає додержання наступних принципів:

- лікування не хвороби, а хворого, при цьому людина сприймається не як носій хвороби, а як особистість;
- постійне поглиблення знань та вдосконалення професійних навичок;
- відданість професії та творче ставлення до неї.

При формуванні іміджу медичного працівника необхідно звернути особливу увагу на такі особисті якості як комунікативні здібності та уміння

коректно спілкуватись з пацієнтами, користуючись як вербальними (мовними висловлюваннями) та невербальними (мімікою, пантомімою, жестикуляцією, інтонацією та інш.) засобами. Крім цього, важливим елементом формування іміджу медичного працівника є його ціннісні орієнтації, а саме вибір «такого типу поведінки (вчинку), в основі якого лежать певні, різною мірою усвідомлені (чи взагалі не усвідомлені) цінності» [5].

Розглянуті складові елементи дозволяють сформувати як іміджу медичного працівника так і імідж підприємства медичних послуг в цілому, що є підґрунтям формування його стійких конкурентних переваг, високого рівня конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гринько Т.В., Тімар І.В. Теоретичні підходи до формування механізму управління іміджем підприємств сфери послуг. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 6 (06). Ч. 1. С.85-90.
2. Гринько Т.В., Тімар І.В. Імідж підприємств сфери послуг: сутність поняття та особливості формування. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. Випуск 38 Ч. 1. – С. 127-133.
3. Grynko T., Ustymenko S. Professional development of medical personnel as a factor for increasing the economic security of medical service enterprises. *East European Scientific Journal* 2019. 11 (51), part 4. P. 24-26.
4. Гринько Т.В. Економічна сутність конкурентоспроможності / Т.В. Гринько, Верхоглядова Н.І., Чередниченко О.М., Венгерова В.Ю., Іванникова Н.А. // *Економічний вимір конкурентоспроможності вищої освіти: Монографія*. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 7-28. Гринько Т.В. Обґрунтування стратегії зниження витрат підприємства / Т.В. Гринько// *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії: Збірник наукових праць*. – Запоріжжя: ЗДІА, 2016. – С 102-105.
5. Шигонська Н. Сучасні тенденції професійної підготовки медичних працівників в Україні.// *Актуальні проблеми професійно-педагогічної освіти та стратегії розвитку: Зб. наук. праць / За заг. ред. О.А. Дубасенюк, Л.В. Калініної, О.С. Антонової*. – Житомир: Вид-во ЖДУ, 2006. – С. 70-73.
6. Тімар І. В. Концептуальні підходи до формування структури іміджу підприємств сфери послуг/ І.В.Тімар // *Вісник Дніпропетровського університету Серія Економіка Випуск 9 (1) – Дніпропетровськ – 2015. – С. 90-96.*