

Адаптивні стратегії розвитку в управлінні організаціями, закладами охорони здоров'я

Оксана Кириченко

*д.е.н., доцент кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: OksanaKS@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0001-5244-8323*

Впровадження адаптивних стратегій управління та здійснення важливих кроків в напрямі розбудови ефективної системи управління закладами охорони здоров'я потребує здійснення заходів щодо удосконалення структури закладу. Відповідно до існуючих концептуальних визначень стратегія є планом управлінських дій, спрямованих на досягнення визначеної мети та окреслених цілей. Відповідно до адаптаційної стратегії визначається, як саме заклад буде розвиватися в подальшій майбутній перспективі та які саме заходи та дії потрібно здійснити для того щоб заклад перейшов до бажаного запланованого стану.

Дослідження теоретико-методологічних засад та практичних аспектів впровадження адаптивних стратегій розвитку в стратегічному управлінні організаціями, закладами охорони здоров'я в умовах цифрової трансформації вивчалось у працях провідних зарубіжних та вітчизняних науковців.

Відповідно до визначення Г. Ансоффа стратегія підприємства загалом є процесом формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища та розробка комплексу заходів, які забезпечують досягнення [1].

За визначенням В. Корінева, Д. Мартиненко адаптивність є певним пристосування економічної системи та її окремих суб'єктів, працівників до змінних умов зовнішнього середовища, виробництва і праці, що змінюються [2]. Адаптивною є система, яка може пристосовуватися до змінних умов маркетингового середовища (внутрішніх і зовнішніх).

На думку О. Талавири процес формування стратегії розвитку підприємства визначається як структурований кінцевий набір дій, спроектований для виробництва специфічної послуги конкретного споживача [3]. Таким чином, він являє собою певну модель управлінських дій, яка складається із взаємопов'язаних заходів, що виконують окремі функції стратегічного менеджменту для формування стратегії розвитку підприємства".

У праці О. Шраменко, Г. Жиліна, С. Задорожньої зазначається що розроблення стратегії підприємства передбачає формування набору альтернатив розвитку, який поетапно звужується в процесі їх оцінки і остаточного відбору базової стратегії [4].

За іншим дослідженням адаптивна маркетингова стратегія виступає способом досягнення стратегічних цілей підприємства, пов'язаних із формуванням попиту на вторинні потреби споживача, шляхом продажу продукції або послуг, що

забезпечують задоволення цього попиту [5].

На думку В. Готра, Ю. Філін розробці адаптивної маркетингової стратегії передує маркетинговий аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування організації - процес, який включає дослідження макро та мікроекономічного оточення організації, внутрішній маркетинговий аналіз середовища підприємства [6].

Незважаючи на значний обсяг проведених досліджень, питання теоретико-методологічних засад та практичних аспектів впровадження адаптивних стратегій розвитку в стратегічному управлінні закладами охорони здоров'я в умовах цифрової трансформації є недостатньо вивченим та залишає поле для подальших досліджень.

Всучасних умовах стратегія виступає невід'ємною частиною корпоративного управління організаціями, а враховуючи завдання впровадження реформ у закладах охорони здоров'я стратегія та стратегічне управління є необхідним та доцільним в функціонуванні закладів медичної сфери. Ключовим завданням впровадження концепції адаптивного стратегічного управління в медичній сфері є спроможність на формування конкурентних переваг закладів охорони здоров'я. Так, за векторами, визначеними Всесвітньою організацією охорони здоров'я стратегічне управління охоплює такі важливі вектори як формування нормативно-правового поля функціонування закладів охорони здоров'я, визначення завдань стратегічного управління, впровадження нових норм та методів, застосування нових ефективних інструментів стратегічного управління, а також налагодження ефективної системи моніторингу та контролю за діяльністю закладів охорони здоров'я з метою впровадження поетапних послідовних покращень результатів діяльності та ефективності їх функціонування.

Основою стратегічного управління закладів охорони здоров'я та його головним ресурсом є кадровий потенціал, адже саме він є основоположним ресурсом в роботі закладів охорони здоров'я. Вагомим складником стратегічного управління є адекватне реагування на зміни зовнішніх та внутрішніх факторів, зміни кон'юнктури ринку медичних послуг, що забезпечує виживання в складних умовах в довготривалій перспективі та забезпечує досягнення поставлених закладом стратегічних цілей та завдань.

Удосконалення, оптимізація роботи організацій, в сучасних умовах є важливим пріоритетним завданням, що вимагає обґрунтування та розробки нових обґрунтованих концептуальних підходів та розроблення і впровадження стратегічного управління діяльності та її майбутнього розвитку з визначенням етапів впровадження управлінських змін відповідно до стану самого медичного закладу та наявних для його розвитку фінансових, технологічних, кадрових та інших ресурсів. Все це обумовлює актуальність та важливість дослідження адаптивних стратегій розвитку в стратегічному управлінні організаціями, закладами охорони здоров'я в умовах цифрової трансформації.

Ключові слова: стратегічне управління, адаптивні стратегії розвитку, заклади охорони здоров'я.

Список використаних джерел

1. Ansoff, H. (2007). *Strategic Management*. New York : Springer. P. 251.
2. Корінев В. Л., & Мартиненко Д. О. (2014). Стратегічне планування маркетингу як складова адаптивного управління підприємством. *Держава та регіони*. № 3 (78). С. 71-74.
3. Талавиря, О. (2017). Особливості формування стратегії розвитку підприємств. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. № 260. С. 339-347.
4. Шраменко О.В., Жиліна Г.Ф., & Задорожна С.М. (2019). Критерії та підходи до оцінки стратегії підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. № 67. С. 107-114.
5. Соковніна, Д. (2020). Адаптивна маркетингова стратегія підприємства: методика формування та реалізація . *Економіка та держава*. № 10. С. 89-92.
6. Готра В.В., & Філін Ю.І. (2017). Розробка адаптивної стратегії маркетингу. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні*. №2. С. 163-169.