

- вкрай важливо максимізувати ефективність обмежених ресурсів у регіоні;
- застосування інноваційного підходу до діяльності суб'єктів підприємницької діяльності дозволяє досягти оптимальних економічних результатів шляхом взаємодії науки, підприємництва, влади та громадськості;
- успішна реалізація концепції вимагає інтеграції масштабних наукових досліджень і розробки новаторських інновацій, щоб гарантувати конкурентну перевагу на ринку;
- застосування комплексного та персоналізованого підходу, який враховує унікальні економічні, соціальні та культурні аспекти регіону, є оптимальною стратегією сприяння економічному розвитку регіону;

Щоб гарантувати конкурентоспроможність регіону у сфері інтелектуального, сталого та інклюзивного розвитку, смарт-спеціалізація передбачає розробку інноваційної стратегії.

Регіональна стратегія смарт-спеціалізації — це комплексна локальна ініціатива, яка використовує та покращує потенціал регіону шляхом узгодження напрямків розвитку науки та освіти з соціально-економічними умовами розвитку регіону.

Для формування стратегій регіонального розвитку необхідні два ключові фактори. По-перше, вирішальною виступає активна участь усіх зацікавлених сторін, які беруть участь у підприємницькій діяльності. По-друге, необхідно визначити та капіталізувати порівняльні переваги регіону, спрямувавши колективні зусилля та ресурси зацікавлених сторін на їх реалізацію. Крім того, залучення всіх відповідних сторін, у тому числі представників наукових і технічних галузей, має важливе значення для сприяння інноваційному прогресу в економіці та розвитку регіону.

Література:

1. Foray D. Smart Specialization: The Concept. Knowledge for Growth. Prospects for Science, Technology, and Innovation. Selected papers from Research Commissioner Janez Potochnk's Expert Group. November, 2009. Pp. 20-24.
2. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь. НАН України. К., 2015. 336 с.

Могильна Л. М., кандидат економічних наук, доцент

Удод А. О., бакалаврант

Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ МЕДИЧНОЇ УСТАНОВИ ПРИ НАДАННІ СТОМАТОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ

Останніми роками спостерігається стрімка комерціалізація ринку медичних послуг. Причому явним лідером перетворень є стоматологічна галузь медицини, яка швидше за інші медичні напрями реагує на економічні, соціальні, маркетингові та інноваційні зміни. Однак на окремих локальних ринках стоматологічних послуг можна відзначити різке збільшення кількості діючих стоматологічних закладів та зростання натурального обсягу ринку стоматології – кількості прийомів. В м. Суми існує підвищена та зростаюча конкуренція серед стоматологічних клінік, а тому основним інструментом конкурентної боротьби є інновації, які нині мають яскраво виражену специфіку – мінімальний проміжок від появи інновації до її застосування, що дає змогу постійно розширювати асортимент та змінювати характер надаваних стоматологічних послуг. Однак це часто дуже дорогі інновації, які потребують відповідного рівня підготовки персоналу та швидкої маркетингової «розкрутки».

На локальному ринку стоматологічних послуг сформувалося певне конкурентне середовище, що перебуває в постійному розвитку та характеризується трансформацією конкурентоспроможності. Можна зазначити, що формування конкурентного середовища

здійснювалося за певними етапами. Спочатку конкурентами були державний сектор і підприємницькі структури. Потім між приватними стоматологічними клініками розгорнулася боротьба за збільшення свого сегмента стоматологічного ринку. Нині виділилися великі стоматологічні клініки з широким спектром послуг, наявністю передових технологій і доступним чеком стоматологічного прийому. Локальний ринок м. Суми розділений практично навпіл: великі приватні стоматологічні клініки; державні та малі приватні стоматологічні клініки. При цьому кожний стоматологічний заклад бореться за збереження наявних пацієнтів та залучення нових. Пацієнт має широкий вибір, який базується на оцінці та порівнянні позитивних і негативних чинників розвитку державних та приватних стоматологічних клінік. Слід зазначити, що останнім часом під час такого вибору акцент зміщується в бік порівняння якості та ціни стоматологічних послуг приватних клінік.

Висока конкурентоспроможність стоматологічної медичної установи реалізовується через: можливість придбання сучасних матеріалів і впровадження інноваційних технологій розширення асортименту пропонованих послуг, що дає змогу залучати більшу, порівняно з менш прогресивними конкурентами, кількість пацієнтів, і динамічніше розвиватися; якісне надання послуг. Як ключовий фактор успіху, висококласний фахівець у стоматологічній клініці – це постійна клієнтська база; низький рівень конфліктів між медичною установою та пацієнтами; можливість реалізації клієнтоорієнтованого підходу; низький рівень претензій щодо неякісно наданих послуг; позитивний імідж та репутація закладу.

Можемо зробити висновок, що для пацієнта головними критеріями вибору медичного закладу стоматологічного профілю є якість стоматологічних послуг, кваліфікація лікаря, технічна оснащеність, персоніфікований підхід, ціна послуги, маркетинг і реклама. У підсумку, конкурентоспроможність стоматологічного закладу потребує гармонійного поєднання наведених чинників, а також постійного вдосконалення та адаптації до змін на ринку та потреб клієнтів. Лише тоді можна досягти успіху та завоювати довіру й лояльність пацієнтів.

Моторна Т.М., здобувач гр. МЕ-22М
Музиченко А.С., докт. екон. наук., проф.
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність системи менеджменту проявляється не тільки в здатності керівників підприємства приймати рішення, виборі ними методів контролю та скоординованості зусиль працівників, відповідальних за реалізацію цих рішень, але й у встановленні чітких і злагоджених відносин між різними рівнями управління. І навпаки, відсутність механізму, який поєднує всі рівні управління всередині підприємства, знижує загальну ефективність системи управління.

Виробничий процес у сучасній світогосподарській системі є багатогранною і взаємопов'язаною системою, що містить численні структурні зв'язки. Кожен зв'язок всередині підприємства проявляється через різні комбінації інших підрозділів. Підприємство, у свою чергу, виступає фундаментальною і суттєвою складовою економіки будь-якої країни, слугуючи центром виробництва матеріальних благ, формування та розкриття економічних зв'язків, поєднання особистих, колективних і групових інтересів.

Основним завданням системи менеджменту є створення конкурентоспроможного бізнесу шляхом забезпечення прибутковості діяльності підприємства шляхом раціонального налагодження виробничих і управлінських процесів, розвитку матеріально-технічних і