

## АНОТАЦІЯ

*Потій О. О.* Управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 073 – Менеджмент. – Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Харків, 2024.

При висвітленні актуальності обраної теми дисертаційного дослідження підкреслюється, що глобальні соціально-економічні перетворення часто виникають як наслідок локальних конфліктів та проблем, які обумовлюють нестабільність та суттєві зміни на всіх економічних рівнях. В умовах військової агресії, в яких вимушено опинилася Україна, першочергового значення набувають ті галузі економіки та сфери діяльності, які можуть бути віднесені до критичного сектору. Саме такою галуззю є охорона здоров'я та підприємства сфери медичних послуг. З одного боку, вона потерпає суттєвих руйнувань, втрачає матеріально-технічну базу, кадровий потенціал тощо, з іншого боку, саме від успішного функціонування підприємств цієї сфери залежить успішне відновлення обороноздатності України в частині її людських ресурсів.

Удосконалення підходів до управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами є сьогодні найважливішим резервним механізмом оптимізації функціонування підприємств сфери медичних послуг. Такі підприємства, незалежно від форми власності, традиційно тісно взаємодіють не тільки з клієнтами, партнерами, постачальниками і іншими групами стейкхолдерів, але і з органами влади та контролюючими органами на місцевому та державному рівні внаслідок їх підвищеної важливості для країни і відтворення людського потенціалу.

На основі визначеної мети, об'єкта, предмета, методів дослідження у дисертаційній роботі запропоновані нові підходи до вирішення важливої наукової проблеми, що полягає у розробленні й обґрунтуванні концептуальних теоретичних положень, методичного забезпечення та практичних рекомендацій

з удосконалення управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг для їх стійкого розвитку з урахуванням комплексного впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

За результатами дослідження вперше теоретично обґрунтовано концепцію управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами підприємств сфери медичних послуг, особливість якої полягає у поєднанні засад теорії стейкхолдерів і комплексного теоретичного підґрунтя та методичного забезпечення зі специфікою управління у зазначеній сфері для сталого розвитку підприємств з урахуванням комплексної дії факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Відповідно до проблематики дисертації *удосконалено*: систему принципів залучення та управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами в сфері медичних послуг; методичний підхід до аналізу факторів впливу на залучення різних груп стейкхолдерів підприємств сфери медичних послуг; методичні рекомендації щодо аналізу стану управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами та його удосконалення для забезпечення сталого розвитку підприємств сфери медичних послуг; методичний підхід до оцінки стану управління репутацією на підприємстві галузі медичних послуг як основи його взаємовідносин зі стейкхолдерами; систему методичного забезпечення управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг.

Було визначено *напрями подальшого розвитку предмету дослідження*: узагальнений склад стейкхолдерів підприємств сфери медичних послуг; перелік специфічних функцій управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг; методичний підхід до визначення рівня пріоритетності стейкхолдерів підприємств сфери медичних послуг; методичні рекомендації щодо визначення впливу різних груп стейкхолдерів.

Отримані в дисертаційному дослідженні результати в їхній сукупності дозволили вирішити конкретне науково-прикладне завдання, яке полягає у теоретичному обґрунтуванні та розробці практичних рекомендацій з удосконалення управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг, що дозволило сформулювати такі основні положення, висновки й рекомендації:

Систематизовано та згруповано різні наукові підходи до розуміння та класифікації стейкхолдерів підприємств. Доведено, що склад стейкхолдерів підприємств змінюється залежно від їх стратегічних цілей, виду діяльності та інших факторів, але в межах однієї галузі часто спостерігаються схожі групи зацікавлених сторін. Це підкреслило важливість визначення ключових груп стейкхолдерів для підприємств, що діють у сфері медичних послуг. Як результат, обґрунтовано узагальнений склад стейкхолдерів підприємств галузі медичних послуг, який включає традиційних і нових стейкхолдерів на макро-, мезо- і мікроекономічному рівнях, які також додатково розподілені на три групи: з прямим управлінським впливом збоку підприємств, з непрямим управлінським впливом збоку підприємств і з відсутністю можливості у підприємств впливати на стейкхолдерів.

Сформовано теоретичне підґрунтя управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг на основі порівняння дескриптивного, інструментального і нормативного підходів теорії стейкхолдерів, а також визначення суміжних зон зазначеної теорії із іншими теоріями менеджменту і концепціями соціально-відповідального менеджменту і 4Р-медицини. Як результат проведеного наукового пошуку обґрунтовані напрями практичної імплементації спільних сфер перетину суміжних теорій для удосконалення управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами у сфері медичних послуг.

Розроблено класифікацію принципів управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг, яка включає принципи, що спрямовані на підвищення якості медичних послуг, принципи, що враховують вплив воєнного стану та несприятливих умов зовнішнього середовища та принципи, що сприяють досягненню цілей стійкого розвитку та міжнародному співробітництву. Уточнено зміст та перелік функцій управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг за рахунок додаткових специфічних функцій.

Обґрунтовано концепцію управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами підприємств сфери медичних послуг, мета якої полягає у

створенні теоретичних і методологічних засад, а також практичного інструментарію для вирішення проблем та протиріч, з якими стикаються медичні підприємства. Особливість запропонованої концепції полягає у використанні засад теорії стейкхолдерів, адаптованих до специфіки управління підприємствами у сфері медичних послуг для досягнення цілей сталого розвитку на основі системного підходу та з урахуванням сучасних викликів в українській системі охорони здоров'я.

Проаналізовано стан управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами підприємств галузі медичних послуг на основі збалансованої системи показників, яка була доповнена показниками сталого розвитку. Як результат, запропоновано методичні рекомендації щодо аналізу стану управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами для забезпечення сталого розвитку підприємств сфери медичних послуг, в основу яких покладено розроблений методичний інструментарій щодо визначення причинно-наслідкових зв'язків між показниками збалансованої системи показників сталого розвитку за підсистемами «Активатори» – «Процеси», «Процеси» – «Стейкхолдери», «Стейкхолдери» – «Результати».

Розроблений методичний підхід до аналізу факторів впливу на залучення різних груп стейкхолдерів підприємств сфери медичних послуг надав змогу виявити такі найбільш значимі фактори: попередній досвід взаємодії і робота з відгуками; якість сайту та повнота представленої на ньому інформації; результати діагностики та лікування в клініці; впровадження мобільних цифрових діагностичних технологій та телемедицини; наявність показників звітності з урахуванням інтересів стейкхолдерів; налагоджені бізнес-процеси; угоди з медичними навчальними закладами на проведення практики студентів-медиків.

Наведено методичний підхід до оцінки стану управління репутацією як основи взаємовідносин зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг, що базується на розрахунку інтегрального репутаційного індексу і забезпечує можливість вибору найкращої стратегії розвитку репутації підприємств в процесі їх взаємодії зі стейкхолдерами.

Обґрунтовано методичний підхід до визначення пріоритетності стейкхолдерів підприємств сфери медичних послуг, який надає змогу оптимально розподілити їх ресурси й можливості при налагодженні взаємовідносин зі стейкхолдерами і складається з таких етапів: розроблення анкети, анкетування та визначення впливу стейкхолдерів, визначення кластеру підприємства, визначення рівня взаємодії зі стейкхолдером, розроблення рекомендацій.

Розроблено методичні рекомендації щодо визначення впливу різних груп стейкхолдерів на якість медичних послуг, формування інтелектуального капіталу та організацію бізнес-процесів на підприємствах сфери медичних послуг на основі методу математичного моделювання із застосуванням узагальнених змішаних лінійних моделей.

У якості ключових етапів процесу управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами підприємств сфери медичних послуг запропоновано розглядати такі: визначення усього переліку стейкхолдерів, з якими взаємодіє підприємство сфери медичних послуг; обґрунтування рівня пріоритетності стейкхолдерів на основі оцінки їх впливу на досягнення стратегічних цілей і прибутковість підприємства, на імідж підприємства, якість його послуг, кваліфікацію персоналу та організацію бізнес-процесів; оцінювання інтенсивності і рівня взаємодії підприємства зі стейкхолдерами у порівнянні з рівнями їх пріоритетності для підприємства; розроблення практичних рекомендацій щодо удосконалення управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами підприємств сфери медичних послуг.

Сформовано систему методичного забезпечення управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами на підприємствах сфери медичних послуг, яка включає весь перелік методів, методичних підходів і рекомендацій відповідно до основних положень розробленої в роботі концепції та етапів управління.

**Ключові слова:** стейкхолдери, теорія стейкхолдерів, управління підприємствами сфери медичних послуг, взаємовідносини зі стейкхолдерами, визначення пріоритетності стейкхолдерів, залучення стейкхолдерів, система

збалансованих показників, сталий розвиток, управління репутацією при взаємодії зі стейкхолдерами, вплив зацікавлених сторін.