МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку

VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

з нагоди 95-річчя КНУБА

Тези доповідей

10 квітня 2025 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

Кафедра товарознавства та комерційної діяльності в будівництві
Кафедра економічної теорії, обліку та оподаткування

VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція

Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку

з нагоди 95-річчя КНУБА

Тези доповідей

10 квітня 2025 року

м. Київ
2025

УДК 339.138.631.11
М75

Поширення і тиражування без офіційного дозволу
Київського національного університету будівництва і архітектури заборонено

М75 Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку : Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 10 квітня 2025 року) : тези доповідей / відп. ред. П. В. Захарченко. Київ : КНУБА, 2025. 768 с.

У збірнику опубліковано матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». Наведено результати досліджень з проблем розвитку економіки та підприємництва в Україні зі шляхами їх вирішення; викликів, можливостей та інновацій у маркетингу і менеджменті у підприємництві; особливостей бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту підприємницьких структур; стану і напрямів розвитку сучасної торгівлі і логістики; стану управління якістю та безпечністю товарів та послуг; розробки маркетингових стратегій в умовах цифрової трансформації; характеристиці сучасних будівельних матеріалів і виробів на ринку України; формуванні професійних компетентностей у здобувачів вищої та фахової передвищої освіти за спеціальностями галузі знань «D Бізнес, адміністрування та право» на сучасному етапі.

Відповідальний за випуск: Захарченко П. В. – канд. техн. наук, професор

Матеріали друкуються в авторській редакції. Втручання в обсяг та структуру матеріалів максимально зменшено

Олексій Мазел	
ПРОГНОЗУВАННЯ ОБСЯГІВ РЕАЛІЗОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ МАЛОГО БІЗНЕСУ ЗА ЛІНІЙНИМ ТРЕНДОМ **Дмитро Становський**	178
МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ: ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА ІННОВАЦІЇ	
ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ ТА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ **Олексій Шелест**	181
THE IMPACT OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT ON THE CORPORATE CULTURE OF THE ENTERPRISE **Tetiana Obydiennova**	183
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ОСНОВНИХ УПРАВЛІНСЬКИХ ФУНКЦІЙ В УМОВАХ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ (НА ПРИКЛАДІ АТ КБ «ПРИВАТБАНК») **Інесса Шаповалова, Софія Власова**	185
УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ КОНТРОЛЮ В ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ **Юрій Черненко**	188
ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ **Світлана Момотлива, Ірина Водоп'янова**	191
РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ **Владислава Лифар, Дар'я Зоря**	194
УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ МЕДИЧНИХ УСТАНОВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ **Юлія Головчук, Юлія Прохорова**	197
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я **Юлія Головчук, Алла Боровик**	202
ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ **Тетяна Куценко, Тетяна Ковіна**	205
МЕНЕДЖМЕНТ АГРОПІДПРИЄМСТВА: ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА ІННОВАЦІЇ **Маріанна Павлишин, Софія Москаль, Анастасія Борщевська**	208
АДАПТИВНА ПОВЕДІНКА ОСОБИСТОСТІ **Інесса Шаповалова**	213
МОБІЛЬНІСТЬ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ЧИННИК АДАПТАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ **Віра Новікова**	217
НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ 4.0 ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ **Оксана Бондар-Підгурська, Станіслав Бакланов, Дмитро Курзанцев**	219
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ІТ КОМПАНІЯМИ **Тетяна Алмазова**, Науковий керівник: **Ольга Полоус**	223
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА **Ірина Максютенко, Владислав Білецький**	227

УДК 614.2

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Юлія Головчук,
д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу,
Алла Боровик,
здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти
ОПП «Менеджмент в охороні здоров'я», спеціальність 073«Менеджмент»
Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова, м. Вінниця

Ефективне управління комунікаціями є ключовим фактором успіху сучасного закладу охорони здоров'я. Комунікації визначають рівень довіри пацієнтів, забезпечують ефективну взаємодію між медичними працівниками та адміністрацією, а також формують позитивний імідж медичного закладу в суспільстві. В умовах цифровізації, високої конкуренції та зростаючих очікувань пацієнтів заклади охорони здоров'я повинні розробляти ефективні стратегії комунікацій, що включають внутрішню та зовнішню комунікацію, кризове управління, використання цифрових платформ та брендинг.

Розглянемо основні елементи управління комунікаціями в закладі охорони здоров'я. Внутрішня комунікація є основою злагодженої роботи медичного закладу. Вона охоплює взаємодію між адміністрацією, лікарями, медичним персоналом та іншими працівниками. Основні цілі внутрішніх комунікацій:

- забезпечення ефективного обміну інформацією між співробітниками;
- покращення корпоративної культури та мотивації персоналу;
- запобігання конфліктам та вирішення внутрішніх проблем;
- оптимізація робочих процесів через сучасні цифрові рішення (електронні медичні записи, внутрішні корпоративні портали, чат-боти для персоналу) [1, с. 292-294; 3].

Впровадження електронної медичної системи eHealth в Україні дозволило значно покращити внутрішні комунікації, забезпечивши швидкий доступ до медичних карт пацієнтів, ефективне планування прийомів та оптимізацію документообігу.

Зовнішня комунікація закладу охорони здоров'я включає взаємодію з пацієнтами, державними органами, партнерами, страховими компаніями, медіа та громадськістю. Основні напрямки зовнішньої комунікації:

- інформування громадськості про послуги та досягнення медичного закладу;
- взаємодія з пацієнтами через офіційний сайт, соціальні мережі, гарячу лінію;
- робота з відгуками пацієнтів та управління репутацією;
- організація медичних конференцій, соціальних акцій та співпраця з благодійними фондами [2, с. 240-289; 4, с. 460-462].

За даними дослідження Deloitte, 75% пацієнтів очікують, що лікарні надаватимуть інформацію через цифрові канали, зокрема соціальні мережі та мобільні додатки.

Проаналізуємо виклики та проблеми у комунікаціях медичних закладів. Багато державних лікарень все ще використовують застарілі методи комунікації, що ускладнює швидке обслуговування пацієнтів та внутрішню координацію персоналу. Впровадження електронних платформ для реєстрації пацієнтів, управління прийомами лікарів та дистанційних консультацій.

Відсутність прозорості у комунікаціях може призвести до зниження довіри пацієнтів. Наприклад, понад 60% українців, за даними соціологічних опитувань, відзначають недостатню якість комунікацій у державних лікарнях. Необхідно розвивати пацієнт-орієнтованого підхід (надання чітких інструкцій, використання простих термінів у медичних рекомендаціях), створювати відкриті канали комунікації (онлайн-консультації, чат-боти для пацієнтів, мобільні додатки для запису на прийом).

Під час пандемії COVID-19 стало очевидним, що недостатня комунікація призводить до паніки, дезінформації та погіршення стану охорони здоров'я. Необхідно використовувати оперативно-кризовий комунікаційний план, використовувати достовірні джерела інформації та проводити боротьбу з фейковими новинами (офіційні пресрелізи, відеозвернення лікарів, інформаційні кампанії в соцмережах).

Розглянемо перспективи розвитку комунікацій у сфері охорони здоров'я. цифрові технології можуть значно покращити комунікацію у лікарнях через автоматизовані чат-боти, голосові помічники та алгоритми обробки медичних запитів. В Ізраїлі запроваджено систему AI-аналізу скарг пацієнтів, яка дозволяє швидко реагувати на проблеми та покращувати якість обслуговування.

Сучасні лікарні повинні використовувати кілька каналів зв'язку одночасно:

- власний сайт із розширеним функціоналом;
- мобільні додатки для запису на прийом;
- інтерактивні чат-боти;
- систему email-розсилок для пацієнтів;
- активне ведення сторінок у соцмережах [5; 6, с.119-121].

Пацієнти очікують індивідуального підходу. Наприклад, у США впроваджують системи персоналізованого нагадування про прийом ліків та профілактичні огляди через SMS та мобільні додатки.

Медичний персонал повинен мати навички ефективного спілкування з пацієнтами, особливо в кризових ситуаціях. В ЄС багато медичних університетів уже включають курси з медичної комунікації до програми навчання.

Отже, ефективне управління комунікаціями – це стратегічно важливий елемент функціонування закладів охорони здоров'я. Сучасний підхід до комунікацій включає цифровізацію, багатоканальну взаємодію, персоналізацію послуг та швидку реакцію на кризові ситуації. Використання новітніх

технологій, підвищення кваліфікації персоналу та розвиток довіри пацієнтів дозволять медичним закладам не лише покращити якість надання послуг, а й зміцнити свою репутацію, що є ключовим фактором успішної діяльності у сфері охорони здоров'я.

Список використаних джерел:

1. Головчук Ю., Струшинська В. Використання цифрового маркетингу у фармацевтичній галузі. *Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків. 15-16 лют. 2024. Харків, 2024. С. 292-294.
2. Головчук Ю. О. Адаптація європейського досвіду впровадження цифрових технологій в освітні та медичні заклади України. *Цифровізація як інструмент забезпечення якості ндання освітніх послуг з урахуванням європейського досвіду* [колективна монографія] / за ред. А.В. Череп, І.М. Дашко, Ю.О. Огренич, О.Г. Череп: Запоріжжя: ФОП Мокшанов В.В., 2024. С. 240-289. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/24081
3. Головчук Ю.О., Вергелес К.М., Назарчук О.А., Ночвіна О.А., Мазур Г.М. Інновації в електронній охороні здоров'я як складова менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. №2. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.2.61
4. Головчук Ю. О., Білоус В.С. Стратегічне використання інструментів інтернет технологій. *Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті* : тези доповідей XLVII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науководослідних робіт студентів за 2023 рік (м. Полтава, 25 квітня 2024 р.). Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 460-462. URL: https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/zbirnyk-tez-dopovidej-2024-aktualni-pytannya-rozvytku-nauky-ta-zabezpechennya-yakosti-osvity-u-hhi-stolitti-_.pdf#page=461
5. Головчук Ю. О., Галаченко О. О., Палагнюк Г. О., Трет'яков М. С. Стратегії менеджменту для впровадження цифрових технологій у сфері охорони здоров'я. *Ефективна економіка.* 2025. № 1. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.1.7
6. Головчук Ю.О. Управління розробкою бізнес-моделей у сфері приватних медичних закладів. *Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація* : матеріали Міжнар. наук.- практ. конф., м. Харків. 15-16 лют. 2024. Харків, 2024. С. 119-121.