

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
БУКОВИНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**



## **МАТЕРІАЛИ**

**104-ї підсумкової науково-практичної конференції  
з міжнародною участю  
професорсько-викладацького персоналу  
БУКОВИНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО МЕДИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
06, 08, 13 лютого 2023 року**

Конференція внесена до Реєстру заходів безперервного професійного розвитку,  
які проводитимуться у 2023 році №5500074

**Чернівці – 2023**

1983), згідно з якими під час проведення підприємницької діяльності з надання медичної допомоги необхідно враховувати різні принципи.

На наш погляд основними принципами підприємницької діяльності в охороні здоров'я України є: надання невідкладної медичної допомоги без будь-яких винятків; забезпечення конфіденційності взаємовідносин між пацієнтом та лікарем всіма особами, що беруть участь у лікувальному процесі або контролюють його; дотримання прав пацієнта на вибір лікаря та прав лікаря на вибір пацієнта; гарантування лікарям моральної, економічної та професійної незалежності; якість та ефективність надання медичної послуги, обсяг, вартість і кількість послуг повинні оцінювати лікарі, керуючись більш регіональними, а не національними стандартами; заборона на обмеження права лікаря на виписування будь-яких препаратів і призначення будь-якого лікування, адекватних з погляду сучасних стандартів; забезпечення умов, за яких лікар може поглиблювати свої знання та підвищувати професійний статус; прийняття необхідних управлінських рішень для мінімізації ризиків; інноваційний характер діяльності для створення чогось нового, використання нововведень, креативний, творчий підхід до справи; економічна зацікавленість і відповідальність тощо.

**Висновки.** Дотримання основних принципів діяльності допоможе ефективно управляти обраним видом діяльності та забезпечить позитивне ставлення населення до підприємництва в охороні здоров'я. Водночас у сучасних ринкових умовах потребують подальшого дослідження питання особливостей організації підприємницької діяльності в медичній сфері.

**Тимчак В.С.**  
**ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ В СИСТЕМІ**  
**ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

*Кафедра соціальної медицини та організації охорони здоров'я  
Буковинський державний медичний університет*

**Вступ.** Сучасний маркетинг в системі охорони здоров'я полягає в тому, що на етапі реформування медичної галузі виникає необхідність вивчення ринку та функціонування закладів охорони здоров'я, адже саме на засадах маркетингу можливо розробити ефективний комплекс та складові медичних послуг, вирішити питання ціноутворення, просування медичних послуг, ефективній діяльності закладів тощо. Інноваційні підходи, які ще часто називають стратегічними, допоможуть застосувати знання в практичній діяльності та перетворити хорошу ідею у те, що може бути використано, реалізовано або досягнуто і принесе ефект у вигляді підвищення показників здоров'я населення, профілактики захворювань та покращення якості надання медичних послуг.

**Мета дослідження.** Вивчити можливості застосування інноваційного маркетингу в сучасній системі охорони здоров'я.

**Матеріали і методи дослідження.** Матеріалом слугували літературні джерела, офіційна статистика та законодавча база у сфері маркетингу в медицині. Для обробки даних скористались бібліосемантичним, аналітичним, статистичним методами.

**Результати дослідження.** Інновації в галузі медицини можуть бути такими простими, як обмін інформацією між лікарями та пацієнтами, або такими глибокими, як штучний інтелект. Тому з позиції управління інноваційною діяльністю слід відзначити такі інновації як: медичні технологічні інновації, які пов'язані з появою нових методів профілактики, діагностики та лікування на базі наявних препаратів або нових комбінацій їх застосування; організаційні інновації, що реалізують ефективну реструктуризацію діяльності системи охорони здоров'я, вдосконалення організації праці персоналу та оргструктури управління; економічні інновації, що забезпечують впровадження сучасних методів планування, фінансування, стимулювання та аналізу діяльності закладів охорони здоров'я; інформаційно-технологічні інновації, спрямовані на автоматизацію процесів збору, обробки, аналізу інформаційних потоків у галузі; медико-фармацевтичні та медико-технічні інновації, що є різновидом медичних технологічних інновацій, однак припускають, як імператив,

використання нових лікарських засобів, конкурентоспроможних за ціною і основними параметрами медичної ефективності.

**Висновки.** Внаслідок розвитку технологій і нових ринків медичних послуг, роль маркетингу в закладах охорони здоров'я впродовж найближчих років буде набувати все більшого значення. Основними тенденціями виступатимуть нові ринки, нові медіа-технології, методи та підходи до кращого розуміння потреб пацієнтів. Саме вивчення споживачів медичних послуг буде виявлятися найважливішим завданням, оскільки головною силою виступатиме не сама інформація, а здатність відшукати потрібне та ефективно використати на користь закладу та пацієнта.

**Шилепницький П. І.**

## **УЧАСТЬ ПРИВАТНОГО БІЗНЕСУ В СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ІЗРАЇЛЮ**

*Кафедра соціальної медицини та організації охорони здоров'я*

*Буковинський державний медичний університет*

**Вступ.** Актуальність теми дослідження. Важливою складовою реформування системи охорони здоров'я нашої є залучення приватного бізнесу до цієї сфери, зокрема і у формі державно-приватного партнерства. У цьому випадку слід брати до уваги досвід інших країн, чий досвід в даній царині вважається успішним. До таких, у числі інших, належить медична система Держави Ізраїль, яка вважається однією з найпередовіших у світі. Зокрема, це стосується і практики залучення ресурсів приватного сектору до цієї сфери. Так, ізраїльська система охорони здоров'я характеризується різноманітним поєднанням державного та приватного секторів, результатом чого є розмивання меж між державою та приватним бізнесом.

**Мета дослідження.** Аналіз досвіду ізраїльської системи охорони здоров'я в залученні приватного бізнесу.

**Матеріал і методи дослідження.** Матеріалами дослідження слугували публікації науковців, аналітичні звіти та інші матеріали з питань залучення приватного бізнесу у сферу охорони здоров'я. Використані методи дослідження: порівняння, абстрагування, аналізу і синтезу, емпіричний та статистичний.

**Результати дослідження.** Починаючи з 2000-х років, брак бюджетних коштів в Ізраїлі спонукали лікарні та різноманітні фонди охорони здоров'я шукати альтернативні, пов'язані з ринком джерела надходжень, внаслідок чого багато державних лікувальних закладів були перетворені в трасти. З метою вирішення проблеми та пом'якшення тиску на державний бюджет, влада дозволила державним фондам охорони здоров'я продавати приватне додаткове та дублююче страхування, надаючи послуги, які не входять до державного набору медичних послуг тощо. Їхня частка досягла останнім часом 20% усіх послуг. В якості прикладів тут можна навести послуги пластичної хірургії, надання приватного розміщення породіллям, медичний туризм.

Така діяльність лікувальних установ була реалізована з допомогою наступних інструментів: 1) Шарап (аббревіатура на івриті, що означає «приватні медичні послуги») - система, за якою пацієнти можуть обирати свого лікаря в державній лікарні, сплачуючи додаткову плату (що згодом було заборонено); 2) Шаран (аббревіатура, яка на івриті означає «додаткові медичні послуги»), де державні лікарні продають послуги, які не покриваються фондами охорони здоров'я — тільки приватними страховими компаніями, чи окремими особами; 3) функціонування приватних закладів у державних лікарнях.

Співпраця між державою та приватним бізнесом у формі державно-приватного партнерства в Ізраїлі, головним чином, стосується таких інфраструктурних об'єктів, як підприємства з опріснення води, сонячні електростанції, автомобільні дороги, аеропорт тощо. Щодо сфери медицини, то тут можна згадати проект «Медичний центр Ашдод», що являє собою госпіталь з усіма відділеннями на 300 ліжок. Відповідно до умов угоди, даний проект триватиме 5 років з початку періоду будівництва, після чого лікарня продовжить функціонувати у власності концесіонера відповідно до повноважень і процедур Міністерства