

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
Факультет менеджменту і маркетингу
Кафедра маркетингу**

**ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
В ЕКЗАМЕНАЦІЙНІЙ КОМІСІЇ:**

**Завідувачка кафедри,
д.е.н., проф.**

_____ **Марія БАГОРКА**
« ____ » _____ **20 ____ р.**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему: УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-
КОМУНІКАТИВНОЇ СИСТЕМИ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»
Спеціальність 075 «Маркетинг»
Ступінь вищої освіти: Магістр

Здобувачка

Єлизавета ГРИЦЕНКО

**Науковий керівник,
к.е.н., доцент**

Тетяна ІЛЬЧЕНКО

Дніпро – 2022

ДНІПРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет: Менеджменту і маркетингу
Кафедра: Маркетингу
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Ступінь вищої освіти: Магістр

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри _____
 «_____» _____ 20__р.

ЗАВДАННЯ

на підготовку кваліфікаційної роботи

Гриценко Єлизаветі Сергіївні
 (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: Удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи закладу охорони здоров'я

Науковий керівник: Ільченко Тетяна Вікторівна, к.е.н., доцент
 (прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
 затверджені наказом по ДДАЕУ від «__» _____ 20__ року № ____.

2. Термін подання здобувачем роботи: 02.12.2022 р.

3. Вихідні дані до роботи: отримані наукові результати по темі дослідження; спеціалізовані літературні джерела; наукові та практичні розробки вітчизняних та зарубіжних науковців; звітність діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» за 2019-2021 рр.; дані бухгалтерської звітності та показники фінансових планів підприємства.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретично-методологічні основи удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи підприємства. 2. Сучасний стан діяльності та інформаційно-комунікативного забезпечення підприємства. 3. Перспективні шляхи формування та вдосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи на підприємстві. Висновки та пропозиції.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1. Основні тенденції в системі маркетингових комунікацій підприємства. 2. Система інструментів маркетингової комунікаційної політики підприємства. 3. Схема маркетингової інформаційно-комунікаційної системи закладу охорони здоров'я. 4. Принципи функціонування сучасної медичної системи. 5. Принципи функціонування сучасної медичної системи. 6. Основні техніко-економічні показники діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР». 7. Джерела фінансування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР». 8. Показники укомплектованості медичними працівниками КП «ДОМЦСЗХ» ДОР». 9. Рекомендовані рівні удосконалення системи інформаційно-комунікативного забезпечення функціонування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР». 10. Формування інформаційних блоків в системі комунікації КП «ДОМЦСЗХ» ДОР». 11. Складові

елементи вдосконалення технологічного забезпечення комунікаційної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР».

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Теоретично-методологічні основи удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи підприємства	Жовтень 2021 р. - січень 2022 р.	Виконано
2.	Сучасний стан діяльності та інформаційно-комунікативного забезпечення підприємства	Лютий 2022 р. - червень 2022 р.	Виконано
3.	Перспективні шляхи формування та вдосконалення маркетингової маркетингової інформаційно-комунікативної системи на підприємстві	Серпень 2022 р. - жовтень 2022 р.	Виконано
4.	Висновки та пропозиції.	Листопад 2022 р.	Виконано
5.	Оформлення роботи.	30 листопада 2022 р.	Виконано

Здобувачка _____
(підпис)

_____ (ім'я, прізвище)

Науковий керівник _____
(підпис)

_____ (ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Тема: «Удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи закладу охорони здоров'я»

Кваліфікаційна робота містить: 95 с., 19 рис., 12 табл., 2 додатки, 53 літературних джерела.

Об'єкт дослідження процеси формування, організації та вдосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи Комунального підприємства «Дніпропетровський обласний медичний центр соціально значущих хвороб» Дніпропетровської обласної ради м. Дніпро.

Предмет дослідження сукупність методологічних, методичних і прикладних питань з приводу організації, формування та управління маркетинговою інформаційно-комунікативною системою на підприємстві.

Метою роботи є удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи в закладі охорони здоров'я, а також визначити оптимальність та ефективність впроваджених заходів.

Методи дослідження діалектичний і абстрактно-логічний; монографічний та системного аналізу; економіко-статистичний, розрахунково-конструктивний та ін..

В результаті проведеного дипломного магістерського дослідження визначені науково обгрунтовані напрямки удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи закладу охорони здоров'я.

Результати впроваджені в діяльність Комунального підприємства «Дніпропетровський обласний медичний центр соціально значущих хвороб» Дніпропетровської обласної ради м. Дніпро.

КЛЮЧОВІ СЛОВА

МЕДИЧНИЙ ЗАКЛАД, КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА, ІНФОРМАЦІЙНА
МАРКЕТИНГОВА СИСТЕМА, ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ,
ТЕХНОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

KEYWORDS

MEDIKAL INSTITUTION, COMMUNICATION POLICY, MARKETING
INFORMATION MARKETING, INNOVATIVE MARKETING TOOLS,
TECHNOLOGICAL SUPPORT

ЗМІСТ

ВСТУП

5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

8

1.1. Сутність та значення маркетингової комунікаційної політики на підприємстві в сучасних умовах 8

1.2. Сутність та особливості управління інформаційно-комунікативним забезпеченням діяльності медичних закладів 17

1.3. Методологічні основи формування маркетингової інформаційно-комунікативної системи медичних закладів 25

Висновки до Розділу 1 35

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

38

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства 38

2.2. Дослідження інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» 47

Висновки до Розділу 2 55

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

59

3.1. Вдосконалення комунікаційного взаємозв'язку між медичним закладом та пацієнтами 59

3.2. Вдосконалення технологічного забезпечення інформаційно-комунікативної системи медичного закладу 67

3.3. Ефективність від запропонованих заходів по вдосконаленню технічного рівня інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» 74

Висновки до Розділу 3 81

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 84

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 89

ДОДАТКИ

94

ВСТУП

Актуальність теми. Управлінню діючими економічними системами у суспільстві зараз приділяється велика увага з боку представників різних галузей науки та виробництва. Це також стосується й медицини. Сучасні тенденції формування та розвитку інформаційно-комунікативних технологій вносять певні корективи в управління закладів охорони здоров'я, що є поштовхом для подальших досліджень в цьому аспекті.

Стрімкий інноваційний розвиток інформаційно-комунікативних технологій спонукає до актуалізації проблеми їх впровадження та використання в галузі охорони здоров'я галузі. Активний процес інформатизації медицини створює передумови для її ефективного реформування.

Використання сучасних маркетингових інформаційно-комунікативних технологій в діяльності закладів охорони здоров'я країни є одним із найважливіших та необхідних інструментів ефективної організації їх діяльності, планування процесів своєчасного лікування та діагностики захворювань й забезпечення надання своєчасних якісних медичних послуг населенню. Саме ці положення свідчать про актуальність питання впровадження та вдосконалення інформаційно-комунікативної системи в діяльність закладів охорони здоров'я.

Дане питання вдосконалення системи управління в галузі медицини з використанням сучасних технологій широко висвітлено в наукових працях вітчизняних науковців, таких як Гавловська Н.І., Мидюк О. Н, Мороз В. М., Рудніченко Є. М., Стадник В. В., Телешуна С. О.. Також вагомий внесок в питання дослідження вдосконалення управління галуззю медицини здійснили розробки таких науковців, як: Баєва О. В., Білинська М. М., Вороненко Ю. В., Ліштаба Л. В. та ін..

Зарубіжні науковці, які займалися дослідженням питання маркетингового управління, зокрема в медицині, це представники наступних відомих авторів: Бредлі Б. Дж., Гейлінс А. С., Даффі Дж., Друкера П., Кохерс Г., Соуера В.Є.

Всі автори у своїх наукових та бізнес-виданнях наголошують на вирішальній ролі маркетингу для розвитку та вдосконалення інформаційно-комунікативних технологій медичних закладів.

Однак, необхідно відмітити, що питання вдосконалення інформаційно-комунікативної системи в галузі медицини недостатньо висвітлено та представлено науковцями. Так, потребують теоретичного та практичного розвитку підходи щодо удосконалення системи управління інформаційно-комунікативним забезпеченням закладів охорони здоров'я. Що свідчить про актуальність теми наукового магістерського дослідження.

Об'єкт і предмет дослідження. Об'єктом дослідження є процеси формування, організації та вдосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи Комунального підприємства «Дніпропетровський обласний медичний центр соціально значущих хвороб» Дніпропетровської обласної ради м. Дніпро (в подальшому КП «ДОМЦСЗХ» ДОР).

Предметом дослідження є сукупність методологічних, методичних і прикладних питань з приводу організації, формування та управління маркетинговою інформаційно-комунікативною системою на підприємстві.

Мета і завдання дослідження. Метою магістерського дослідження є удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи в закладі охорони здоров'я, а також визначити оптимальність та ефективність впроваджених заходів.

Методи дослідження. Теоретично-методологічною основою магістерського дослідження є діалектичний метод пізнання, системний підхід і аналіз, фундаментальні положення теорії маркетингових комунікацій, результати наукових досліджень відомих вітчизняних і зарубіжних вчених та економістів щодо впровадження та вдосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи на підприємстві.

В процесі виконання роботи використовувалися наступні методи та прийоми дослідження: діалектичний і абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формування висновків); монографічний та системного аналізу (вивчення і аналіз процесу удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи на підприємстві); економіко-статистичний і розрахунково-конструктивний (аналіз ефективності існуючої інформаційно-комунікативної системи) та ін..

Наукова новизна одержаних результатів:

удосконалено:

- підходи до визначення основних складових маркетингового інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності медичного закладу та їх формування та практичне впровадження.

набуло подальшого розвитку:

- теоретичні аспекти по формуванню та вдосконаленню маркетингової інформаційно-комунікативної системи закладів охорони здоров'я.

Практичне значення одержаних результатів магістерського дослідження полягає в представленні обґрунтованих підходів до формування та вдосконалення системи маркетингового інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності медичного закладу. Результати дослідження рекомендовані до впровадження в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» (витяг з протоколу № 18 від 07.12.2022 р.).

Апробація результатів магістерської роботи. Суттєві наукові положення результатів дослідження та їх практичне застосування доповідались на: Х Ювілейній Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Маркетинг як найважливіша складова функціонування системи аграрного бізнесу» (ДДАЕУ, кафедра маркетингу, м. Дніпро, 25-26 жовтня 2022 р.) та знайшли відображення в матеріалах монографії «Трансформація економіки України в умовах глобальних викликів: актуальні проблеми, сучасні реалії, стратегії розвитку» (ДДАЕУ, факультет менеджменту і маркетингу, 2022 р.).

Структура та обсяг дипломної роботи магістра. Дипломна робота магістра включає вступ, три розділи, висновки та пропозиції, список

використаних джерел, додаток. Обсяг роботи становить 95 сторінок комп'ютерного тексту, містить 12 таблиць, 19 рисунків, 2 додатки. Список використаних літературних джерел включає 53 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та значення маркетингової комунікаційної політики на підприємстві в сучасних умовах

Швидкий економічний розвиток сучасного суспільства невід'ємний від динамічного розвитку інформаційного простору, який весь час вдосконалює інформаційну інфраструктуру, спонукає до ефективного та сучасного застосування всіх можливих інформаційних ресурсів. Для забезпечення стійкої ринкової конкурентоспроможної діяльності підприємств край необхідно формувати та застосовувати в практичній діяльності ефективну маркетингову комунікаційну політику, що пристосована до вимог та змін сучасного динамічного макросередовища. Сучасна маркетингова комунікаційна політика, яка є ефективним інструментом управління, зараз стає необхідною в практиці господарювання підприємств всіх сфер та видів власності. Сучасна маркетингова комунікаційна політика направлена на задоволення потреб цільових груп покупців, на розробку дієвого комплексу маркетингу й на забезпечення товаріві бажаного місця на ринку й в свідомості споживачів, що є кінцевою метою кожного підприємства. Особливо в теперішніх кризових умовах діяльності вітчизняних підприємств сучасна комунікаційна політика є незмінною умовою формування ефективної техніко-технологічної структури господарської одиниці, підвищення стану її конкурентоспроможності та ефективності. В реальних ринкових умовах для успішного продажу товару (послуги) підприємству необхідно підвищувати якість продукції (послуг) та встановлювати таку ціну, щоб

задовольняла як виробника, так і споживача. Особливої важливості набуває реалізація товарів (послуг) при використанні більш інформативних, оригінальних і привабливих комунікаційних звернень, які здатні швидко переконати споживачів придбати наші товари (послуги). Тому дуже важливими в маркетингу є комунікації, використання яких в сучасних кризових ринкових умовах є суттєво актуальним й передбачає проведення об'єктивних досліджень в сфері комунікаційної політики підприємства.

Ефективна діяльність господарюючих суб'єктів в ринкових умовах повинна, насамперед, забезпечуватись прийняттям якісних дієвих маркетингових рішень, ефективною та обгрунтованою маркетинговою діяльністю.

В цілому маркетингові комунікації це - діяльність, сукупність певних інструментів та конкретні дії по збору, аналізу, обробці та систематизації актуальної та точної інформації, яка є вкрай важливою для успішної діяльності учасників ринку. Тому, маркетингові комунікації відіграють велику роль в здійсненні ефективною виробничо-збутовою діяльністю підприємства. Такі комунікації включають найбільш активні та дієві складові елементи маркетингової комунікаційної політики організації. Тому дослідження та вивчення сутності, ролі та значення маркетингової сучасної комунікаційної політики на підприємстві є вкрай актуальними, що в подальшому забезпечить узгодження всіх виробничих операцій на підприємстві та сприятиме вмілому коригуванню дій при задоволенні потреб та попиту споживачів.

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств забезпечувати бажаний необхідний рівень задоволення вимог цільового ринку ефективнішими засобами, ніж у конкурентів. Тому використання підприємствами в своїй діяльності маркетингової концепції набуває зараз особливого значення. Серед усіх дієвих маркетингових інструментів, які забезпечують сукупність взаємозв'язків та відносин на підприємстві, варто виділити саме маркетингові комунікації. Головною задачею комунікацій є забезпечення процесу взаємодії із цільовим споживачем в аспекті передачі йому необхідної інформації стосовно

товарів (послуг) та їх властивостей а також підтримки зв'язку підприємства зі споживачами.

Необхідно відмітити, що джерела сучасної науки відмічають біля двісті трактувань сутності поняття маркетингових комунікацій. Ми розглянемо більш повно трактування сутності поняття маркетингових комунікацій та, відповідно, комунікаційної політики в аспекті функціонування підприємств.

Дані філософського енциклопедичного словнику визначають поняття комунікації як: «комунікація це термін, що окреслює конструктивну людську взаємодію особистостей, соціальних груп і т.п., яка розгортається на основі толерантності і порозуміння» [45, с. 315].

В аспекті маркетингу охорони здоров'я комунікації визначаються як встановлення та підтримка взаємозв'язку між підприємствами галузі медицини та споживачами їх послуг.

За Ж.-Ж. Ламбенем маркетингові комунікації - це: «сукупність сигналів, що виходять від підприємств на адресу різних аудиторій, зокрема споживачів і продавців, постачальників, акціонерів, органів управління й навіть власного персоналу» [21, с. 499].

Котлер Ф. та Армстронг Г. визначають роль маркетингових комунікацій як: «комплексну програму, що інтегрує засоби реклами, стимулювання, збуту, особистого продажу, зв'язків з громадськістю задля досягнення підприємством цілей рекламного й маркетингового характеру» [20, с. 718].

Відомий науковець в галузі маркетингу Войчак А. В. визначає: «маркетингова комунікація - просування товарів, адже методологічно вони близькі за розумінням поняття» [10, с. 211].

Нами визначено, що на основі маркетингових комунікацій базуються всі ланки та підрозділи діючих на ринку підприємств. Головна мета маркетингових комунікацій — повне задоволення потреб споживачів. Реальні умови господарювання вітчизняних підприємств галузі медицини спонукають до формування та вдосконалення на підприємстві ефективної комунікаційної політики з орієнтацією на маркетинг.

Ми повністю згодні з теорією Васильченка Л. С., який пропонує: «... взяти до уваги ключові тенденції, що необхідно враховувати в системі маркетингової політики комунікацій» [9, с. 28] (рис. 1.1).

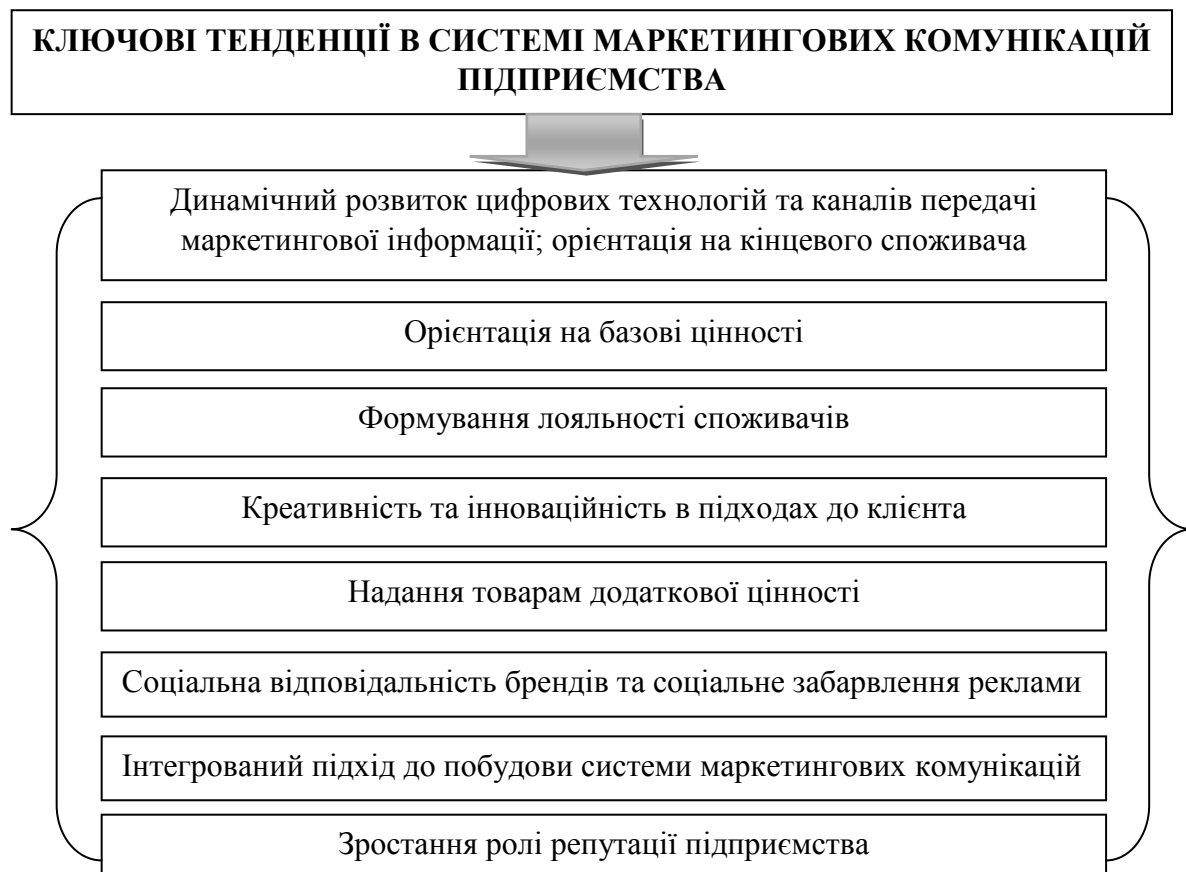


Рис. 1.1. Основні тенденції в системі маркетингових комунікацій підприємства

Формування дієвого маркетингового комунікаційного процесу сприятиме автоматизуванню на підприємствах всіх процесів взаємодії та взаємозв'язку зі споживачами; забезпеченню індивідуального унікального обслуговування в найбільш зручний час; ефективному налагодженню зворотного зв'язку; оперативному отриманні маркетингової інформації, що дозволить розробляти та впроваджувати науково обґрунтовані маркетингові рішення та формувати високоефективні засоби для проведення рекламних кампаній.

Також впровадження в маркетинговий комунікаційний процес сучасних інноваційних технологій надасть підприємству можливість підвищити свій рівень конкурентоспроможності на ринку.

Таким чином, ефективні та дієві інноваційні маркетингові комунікації відіграють велику роль в успішній діяльності підприємства й, одночасно вони є одним з суттєвих та складних складових всієї маркетингової діяльності.

Використання ефективних обґрунтованих комунікацій, направлених на цільових споживачів, є ключовим фактором ринкового успіху будь-якого підприємства. Сучасна маркетингова діяльність потребує більше, ніж розробка та виробництво продукції, яка задовольнятиме потреби кінцевих споживачів. Сучасні реалії вимагають, щоб ринковоорієнтовані підприємства здійснювали комунікацію та зворотній зв'язок зі своїми цільовими клієнтами. При чому, у змісті самих маркетингових комунікацій не повинно бути ніякої випадкової та неякісної інформації [7, с. 49].

Тому, як відмічає Балабанова Л.В.: «...запорукою успіху підприємства на ринку є спроможність стратегічно правильно організувати взаємодію багатьох інструментів маркетингових комунікацій з визначенням найдієвіших і найефективніших засобів комунікацій у кожному окремому випадку господарської діяльності підприємства» [4, с.224].

Отже, маркетингова комунікаційна політика являє собою запланований на перспективу, курс дій підприємства, в напрямку забезпечення ефективної взаємодії між учасниками системи маркетингу на основі науково обґрунтованої стратегії формування маркетингових комунікацій для задоволення потреб покупців та одержання запланованого прибутку [34, с.17-18].

Звідси визначаються основні завдання ефективної маркетингової комунікаційної політики підприємства:

- формування престижного іміджу на ринку виробника та його продукції;
- надання інформації для потенційних споживачів про продукцію, яка випускається, її ціни, про особливості її застосування, про переваги виробленої виробником продукції над продукцією конкурентів на ринку тощо;

- інформування про появу нових видів товарів, послуг або ідей;
- забезпечення визнання впізнаваності продукції, яка досить довгий час пропонується на ринку;
- інформування споживачів або посередників щодо умов стимулювання продажу продукції (послуг);
- розробка дієвих заходів маркетингових комунікацій з метою переконання споживачів купувати продукцію саме цього виробника;
- надання можливості створення зворотного зв'язку з кінцевим споживачем для визначення рівня ставлення його до виробника та його продукції [8, с. 98].

Формування системи ефективних маркетингових комунікацій вимагає дотримуватись таких основних принципів:

- орієнтація на конкретних цільових покупців продукції (послуг);
- відповідність внутрішніх можливостей підприємства обраним цілям маркетингових комунікацій;
- можливість адаптаційних змін в політиці комунікацій на основі отриманих результатів від проведених маркетингових ринкових досліджень;
- врахування в комунікаційній діяльності психологічних особливостей та здійснення контролю за нормами поведінки між членами трудового колективу, а також при співробітництві з зовнішніми партнерами або посередниками;
- дієве використання всіх елементів для мотивації успішної діяльності, забезпечення кар'єрного росту робітників, сприяння корпоративному духу відповідальності та створення позитивного фірмового стилю підприємства та його іміджу на ринку.

Маркетингова система комунікацій являє собою певний процес взаємодії всіх суб'єктів маркетингової діяльності, який направлений на формування та прийняття стратегічних й тактичних рішень для забезпечення ефективної маркетингової діяльності. Ефективність маркетингової системи комунікацій залежить головним чином не тільки від власних характеристик кожного учасника маркетингової діяльності, а й від засобів маркетингових комунікацій, які використовуються та від методів їх стимулювання.

Ефективність маркетингових комунікаційних рішень, які приймаються на підприємстві, забезпечуються такими функціональними складовими:

1. Маркетингова інформація. Відповідні працівники підприємства надають інформацію цільовим сегментам ринку про появу на ринку нових видів товарів (послуг), їх використання та призначення.

2. Сприяння переконанню. Це особливо необхідно для формування сприятливого ставлення цільових споживачів до підприємства, його продукції а також переконання здійснити покупки.

3. Створення позитивного іміджу на ринку. Це є необхідним, оскільки саме імідж підприємства сприяє диференціації та вибору покупцями торгових марок.

4. Підкріплення правильного вибору. Так, головна частина комунікаційного звернення направлена не тільки на залучення нових покупців продукції, але й на переконання існуючих споживачів в тому аспекті, що купуючи продукцію даного товаровиробника, вони зробили свій правильний вибір.

5. Особистий досвід споживачів та їх позитивна реакція на куплений товар є головним складовим, що має головне значення для аналізу інформації, отриманої під час зворотного зв'язку [17, с.100].

Основні чинники, які забезпечують ефективність маркетингових комунікацій - це:

- якщо джерело маркетингових комунікацій володіє більшою монополією на ринку то це сприятиме позитивному відгуку одержувача повідомлення;

- маркетингові комунікації будуть більш ефективними в таких ситуаціях, коли комунікативне звернення буде найповніше відповідати перевагам, переконанням і потребам одержувача;

- ступінь дієвого впливу комунікативного звернення буде значно підвищується, якщо одержувач зацікавиться його темою;

- маркетингові комунікації будуть більш ефективними при умові, якщо джерело передачі звернення буде високопрофесійним [8, с. 103].

При цьому необхідно відмітити, що досконально точно неможливо розрахувати ефективність використання різновидів та інструментів комплексу

маркетингових комунікацій. Разом з тим, навіть розраховані приблизні значення вкрай необхідні так як на основі них можна зробити обґрунтований висновок про доцільність та необхідність здійснення маркетингової комунікативної діяльності.

Ефективні маркетингові комунікації підприємств повинні мати певну закінчену форму, передбачати використання конкретних маркетингових інструментів, засобів представлення звернень, просування продукції.

При дослідженні маркетингової комунікаційної політики підприємства важливо здійснювати ретельний та повний аналіз інструментів, задіяних в даній системі. В сучасних умовах господарювання видатні науковці виділяють три складові інструментів ефективної комунікації: базові, синтетичні інструменти та нові їх види. Систематизація переліку інструментів маркетингової комунікаційної політики промислового підприємства представлено на рисунку 3.

Основні діючі інструменти маркетингових комунікацій представлені на рисунку 1.2.



Рис. 1.2. Система інструментів маркетингової комунікаційної політики підприємства

За даними рисунку 1.2 необхідно зазначити, що кожен представлений складовий маркетингових комунікацій має певні особливі якості, умови для свого використання в різних сферах господарювання. В цілому зазначені інструменти створюють дієву та ефективну систему маркетингових комунікацій на підприємстві, яка направлена на привертання уваги цільових споживачів і переконання їх зробити свій вибір на продукції нашого підприємства.

Наведений перелік складових інструментів маркетингових комунікацій можна весь час розширювати, виходячи з розвитку сучасних засобів зв'язку з цільовою аудиторією, коли з'являються більш сучасні способи просування маркетингових звернень, їх кодування та інтерпретації.

Також слід відзначити, що зазначені інструменти ефективних маркетингових комунікацій пов'язані між собою та направлені на прискорення просування продукції на цільових ринках збуту, на переконання покупців до здійснення купівлі, особливо повторних покупок, на поширення позитивних відгуків про продукцію. Однак, ці інструменти сприяють досягненню зазначеної мети різними способами та мають різне значення при виконанні завдань маркетингу [4, с. 226].

Ми цілком згодні з висловом Примака Т.О.: «кінцевою метою маркетингової комунікаційної політики є формування та динамічне підтримування певного позитивного іміджу, бренду, підприємства-виробника, його товарних марок, спонукання цільової аудиторії до здійснення покупок» [35, с. 183].

Результативність та ефективність маркетингової комунікаційної системи та комунікаційної політики в цілому залежить від особливих якостей кожного суб'єкта маркетингу а також від тих засобів комунікації, які використовуються при здійсненні комунікації. Основні цілі ефективної маркетингової комунікаційної політики підприємства зображені на рисунку 1.3, який відображає 4 головні цілі політики маркетингових комунікацій підприємства:

- забезпечення високого рівня обізнаності клієнтів;
- посилення виконання маркетингових рішень;
- формування позитивного відношення до продукції (послуг) підприємства;

- налагодження двостороннього зв'язку з цільовими групами покупців (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Основні цілі маркетингової комунікаційної політики підприємства

Очевидно, що маркетингова комунікаційна політика підприємства будь-якої сфери вміщує комплекс дієвих маркетингових інструментів, які покликані забезпечити досягнення запланованих результатів та цілей.

1.2. Сутність та особливості управління інформаційно-комунікативним забезпеченням діяльності медичних закладів

В сучасних реаліях бурхливий розвиток інформаційно-комунікативних технологій підтверджує що саме маркетингова інформація являється одним із важливих факторів розвитку суспільних відносин, ключовим дієвим елементом в господарюванні будь-якого ринкового суб'єкта.

Поняттю інформації як наукової категорії приділено достатньо уваги з боку вітчизняних і зарубіжних вчених-науковців у різних галузях. Підвищення уваги економістів-науковців до дослідження мутності та значення інформації пояснюється всеохоплюючим процесом інформатизації всіх сфер людського існування.

Правові науки інтерпретують поняття інформації як - дані про існуючі факти, про події, предмети, всі явища, що відбуваються в правових аспектах суспільства. Ця інформація відображається в таких джерелах: норми права, інші правові джерела та використовуються для вирішенні поставлених правових завдань [49].

Що стосується галузі медицини, то тут також здійснюється досить активне дослідження сутності самого поняття «інформація». Дане поняття «інформація» науковці представляють в двох аспектах:

- як систему вираження значення суттєвих клінічних даних [51];
- як інформацію щодо галузі охорони здоров'я, яка включає великий комплекс знань про здоров'я людей та їх захворювання [1].

Вчені-економісти визначають інформацію стосовно економічних наук, як економічну інформацію, що вміщує дані відносно економічних явищ та процесів на ринку, які отримуються у вигляді комунікаційних повідомлень під час здійснення комунікацій [44].

Особливої уваги заслуговує дослідження законодавства України стосовно визначення поняття «інформація». Визначення поняття «інформація» знаходиться в певних нормативних і правових актах, в законах України «Про інформацію» [40], «Про доступ до публічної інформації», «Про телекомунікації», «Про захист економічної конкуренції», в Цивільному кодексі України [49] тощо.

Центральним законом, який регламентує інформаційної взаємодії в суспільстві, це Закон України «Про інформацію», де в Статті № 1 інформація визначається: «будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [40].

Також особливою категорією в системі маркетингового управління є категорія «маркетингова комунікація». Поняття «інформація» та «маркетингова комунікація» являються єдиним цілісним елементом всієї маркетингової системи інформаційно-комунікативного забезпечення господарювання будь-якого підприємства. Інформація представляється у вигляді основи будь-якої взаємодії, а комунікація є тою безпосередньою формою цього взаємозв'язку. Комунікації в медичних закладах – це обмін інформацією, яка необхідна для прийняття обґрунтованих маркетингових управлінських рішень та їх своєчасне доведення до медичного персоналу.

В сучасних реаліях медичні заклади функціонують при безперервних комунікаційних взаємозв'язках з такими цільовими сегментами:

- державними органами та установами;
- покупцями медичних послуг;
- широкими колами громадськості.

Саме це, зазначене, є важливою умовою ефективного існування всієї системи охорони здоров'я в країні (рис. 1.4). Отже, ефективність маркетингового комунікативного взаємозв'язку значною мірою визначається зворотним зв'язком між ними та відповідною реакцією.

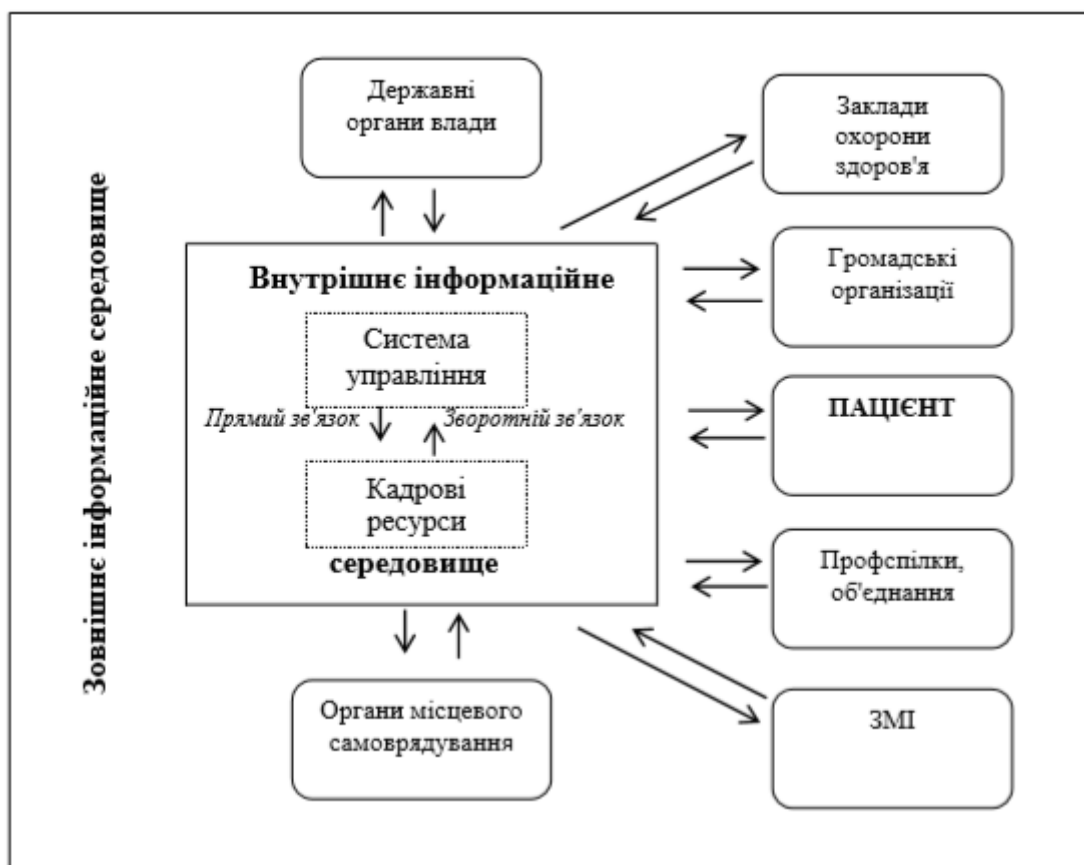


Рис. 1.4. Схема маркетингової інформаційно-комунікаційної системи закладу охорони здоров'я

Ефективна діяльність медичної сфери тісно пов'язана з впливом внутрішніх та зовнішніх маркетингових інформаційних середовищ, в яких безумовно існують внутрішні та зовнішні маркетингові комунікативні зв'язки.

Внутрішніми маркетинговими комунікаційними зв'язками є внутрішньо-організаційні зв'язки, які існують як інформаційні канали та потоки між керівниками та підлеглими виконавцями.

Так, внутрішньо-організаційні зв'язки (рис. 1.4) характеризуються наявністю існування прямого та зворотного взаємозв'язку. Прямий інформаційний зв'язок, представлений на рисунку, вміщує всю інформацію, передану в розпорядженнях, наказах від керівника закладу до виконавців. Зворотній інформаційний зв'язок йде від виконавців до керівника закладу та представляється як медична звітність. В зовнішніх маркетингових комунікаційних зв'язках здійснюється обмін маркетинговою інформацією між різними за-

профілями медичними закладами та суб'єктами зовнішнього маркетингового середовища (органи державної влади країни, органи місцевого самоврядування, існуючі громадські організації, населення країни).

На думку науковця Гужви В.М. маркетингове інформаційне забезпечення – це: «...сукупність методів і засобів розміщення й організації інформації, що включають у себе системи класифікації і кодування, уніфіковані системи документації, раціоналізації документообігу та форми документів, методів створення внутрішньо-машинної інформаційної бази інформаційної системи» [11, с. 28].

Слід відмітити, що поняття «маркетингове інформаційно-комунікаційне забезпечення» являється набагато ширшою категорією й вміщує таку особливість, як встановлення комунікаційного взаємозв'язку підприємства з внутрішнім та зовнішнім маркетинговим середовищем. Тому управління інформаційно-комунікаційним забезпеченням діяльності медичного закладу це - процес формування ефективного дієвого функціонування інформаційного та маркетингового комунікативного середовища в єдиній злагодженій системі з метою забезпечення конкурентоспроможної діяльності закладу.

В умовах сьогодення маркетингове інформаційно-комунікаційне забезпечення функціонування закладів охорони здоров'я відіграють важливу роль в розвитку ринку медичних послуг. Сучасна ефективна інформаційно-комунікаційна система направлена на:

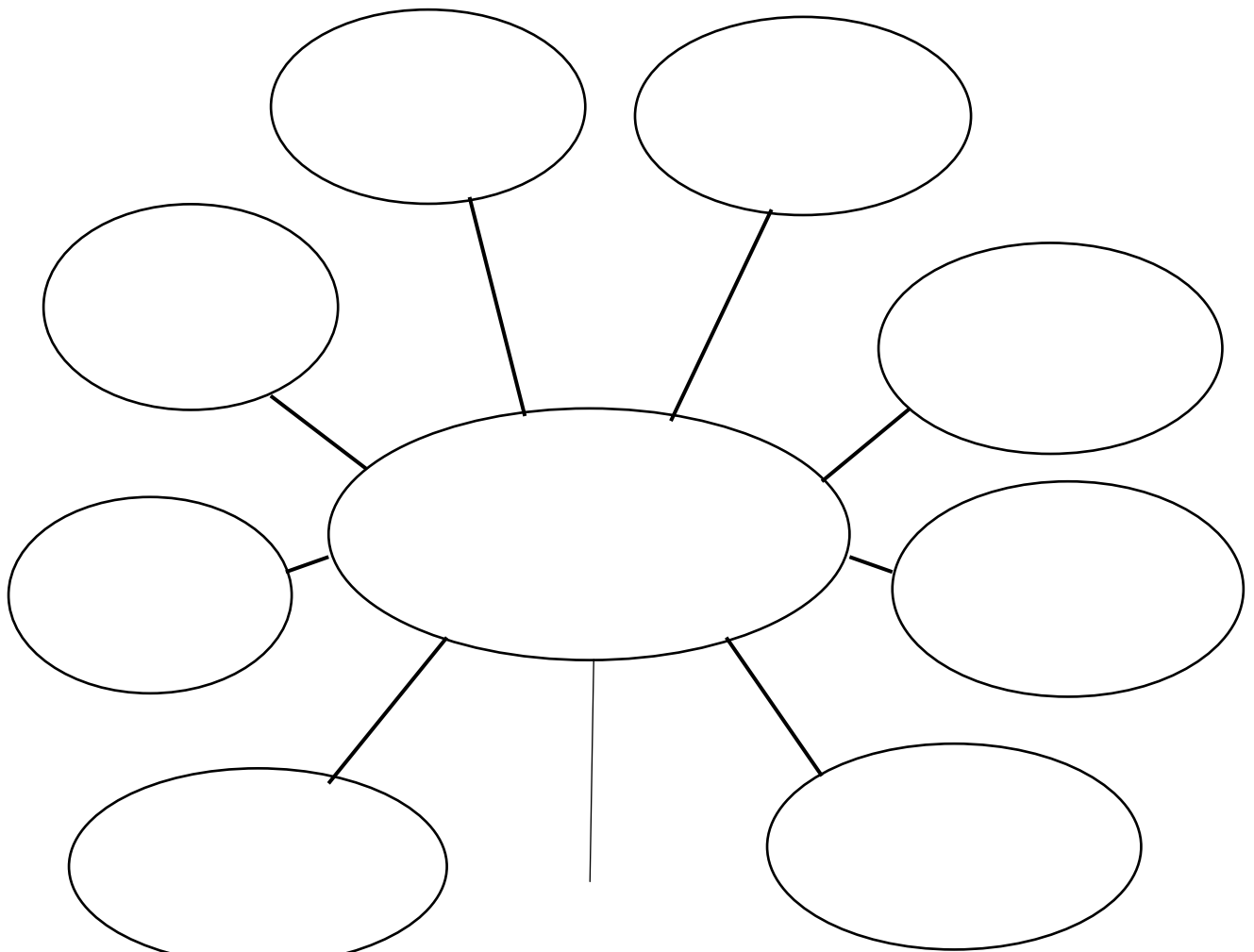
- формування умов для безперебійної роботи всієї інформаційної та управлінсько-організаційної складових систем медичного закладу;
- встановлення ефективних комунікаційних взаємовідносин всередині підприємства між його структурними підрозділами;
- встановлення та розвиток взаємовідносин з державними органами влади та широкими колами громадськості;
- впровадження ефективного комунікаційного взаємозв'язку з населенням для забезпечення життєздатного рівня здоров'я населення, його підтримки;

- формування та всебічна підтримка ефективних взаємозв'язків між медичним закладом й споживачами медичних послуг.

Вдале управління всіма процесами інформаційно-комунікативного забезпечення медичних закладів вимагає формування єдиної інформаційної системи, що є необхідною важливою складовою цілої медичної інформаційної системи країни.

Визначено, що інформаційна система в медичній галузі включає необхідні складові, які виконують важливі функції та забезпечують її ефективність. Вітчизняні науковці в своїх працях визначають наступні складові інформаційних систем, які здійснюють певні функції:

- інформаційне забезпечення;
- організаційне забезпечення;
- правове забезпечення;
- технологічне забезпечення;
- програмне забезпечення;
- математичне забезпечення (рис. 1.5).



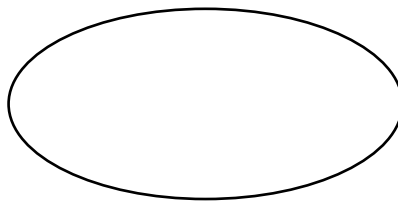


Рис. 1.5. Складові системи інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності медичного закладу

Також до представленого переліку функціональних складових нами пропонується включити ще три види складових елементів системи:

- комунікативне забезпечення;
- фінансове забезпечення;
- документальне забезпечення.

Так, забезпечення необхідною інформацією передбачає формування єдиної системи аналізу та кодування маркетингової інформації, її впровадження в інформаційну систему медичної галузі країни.

Правове забезпечення включає всі необхідні дані нормативно-правових актів по забезпеченню правової діяльності маркетингової інформаційної медичних закладів.

Система технічних засобів забезпечує сучасне функціонування всієї інформаційної системи медичних закладів.

Організаційне забезпечення здійснює необхідний визначений порядок взаємодії та взаємозв'язку складових маркетингової інформаційної системи медичних закладів.

Програмна складова забезпечує наявність та функціонування сучасних програмних продуктів та необхідної технічної документації для діяльності маркетингової інформаційної системи.

Математична обробка інформації, що надходить, включає в себе всю систему математичних методів та моделей, необхідних для функціонування системи.

Також необхідною складовою маркетингової інформаційної системи являється забезпечення комунікативних зв'язків, що сприяє здійсненню доцільних підходів й механізмів у взаємозв'язках між медичними закладами та цільовими групами.

Фінансове забезпечення вміщує всю сукупність необхідних фінансових коштів для відшкодування витрат на формування та функціонування всієї маркетингової інформаційної системи:

- необхідне програмне забезпечення відповідно до ліцензій;
- сучасні технічні засоби;
- використання мережі Інтернет.

Документальне забезпечення вимагає дотримання при документообігу необхідних правил та принципів створення та зберігання всіх документів на паперових та машино-зчитуваних носіях, що забезпечить доступ до загальної системи документообігу.

Ефективне управління інформаційно-комунікативною системою діяльності медичного закладу здійснюється за допомогою двох її складових підсистем:

1. Інформаційної підсистеми.
2. Комунікаційної підсистеми.

Так, управління інформаційною складовою підсистемою включає організацію роботи медичного закладу з великим масивом інформації:

- збір маркетингової інформації;
- систематизація інформації;
- її обробка;
- зберігання зібраної інформації;
- прийняття на її основі необхідних управлінських рішень.

Інформація, яка збирається та необхідна в медичних установах, представляється в закінченому вигляді як медико-статистична звітність.

Ефективне управління комунікативною складовою підсистемою направлене на формування комунікативного взаємозв'язку з цільовими сегментами, на

визначення найбільш суттєвих проблемних аспектів в маркетинговій комунікації та на ефективне їх вирішення.

Бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій вимагає необхідності вдосконалення процесу інформатизації медичної системи країни. Ефективна управлінська діяльність в аспекті інформаційно-комунікаційних технологій направлена на:

- формування сучасного електронного документообігу та автоматизації процесу збору та обробки баз даних в медичних закладах;
- формування єдиного електронного реєстру медичних послуг, що забезпечуватиме доступ до всієї інформації про діяльність інших медичних організацій;
- створення загальнодержавної електронної системи внутрішнього організаційного контролю за діяльністю закладів охорони здоров'я;
- організація доступу до контролю з боку службових та громадських органів за діяльністю медичних закладів та їх персоналу;
- впровадження сучасних маркетингових інформаційних технологій в адміністративну систему функціонування медичних закладів.

Отже, функціонування ефективної маркетингової інформаційно-комунікативної системи повинно сьогодні забезпечуватися впровадженням нових інформаційних сучасних технологій, що покращуватиме якість самої маркетингової інформації та взагалі процес її використання та розповсюдження. Все це надасть можливість для більшої прозорості всіх основних процесів по плануванню, наданню медичних послуг, їх фінансуванню та обліку державних програм з охорони здоров'я й підвищенню рівня обізнаності та поінформованості пацієнтів.

1.3. Методологічні основи формування маркетингової інформаційно-комунікативної системи медичних закладів

Давно відоме визнання, що людина, яка має міцне здоров'я є основою сталого розвитку всього суспільства в кожній країні. Стаття 5 Закону України «Основи законодавства України про охорону здоров'я» наголошує: «...охорона здоров'я – загальний обов'язок суспільства та держави» [30].

Звідси витікає, що одним з головних завдань нашої держави це - завдання по створенню необхідних умов для збереження здоров'я людей та надання їм якісних та доступних за ціною медичних послуг. Стаття 4 зазначеного Закону відображає принципи охорони здоров'я населення країни:

«- визнання охорони здоров'я пріоритетним напрямом діяльності суспільства і держави, одним з головних чинників виживання та розвитку народу України;

- дотримання прав і свобод людини і громадянина в сфері охорони здоров'я та забезпечення пов'язаних з ними державних гарантій;

- гуманістична спрямованість, забезпечення пріоритету загальнолюдських цінностей над класовими, національними, груповими або індивідуальними інтересами, підвищений медико-соціальний захист найбільш вразливих верств населення;

- рівноправність громадян, демократизм і загальнодоступність медичної допомоги та інших послуг в сфері охорони здоров'я;

- відповідність завданням і рівню соціально-економічного та культурного розвитку суспільства, наукова обґрунтованість, матеріально-технічна і фінансова забезпеченість;

- орієнтація на сучасні стандарти здоров'я та медичної допомоги, поєднання вітчизняних традицій і досягнень із світовим досвідом в сфері охорони здоров'я;

- попереджувально-профілактичний характер, комплексний соціальний, екологічний та медичний підхід до охорони здоров'я;

- багатоукладність економіки охорони здоров'я і багатоканальність її фінансування, поєднання державних гарантій з демонополізацією та заохоченням підприємництва і конкуренції;

- децентралізація державного управління, розвиток самоврядування закладів та самостійності працівників охорони здоров'я на правовій і договірній основі» [30].

В реальних умовах, зазначених вище принципів повною мірою не дотримуються вітчизняні медичні заклади. Цьому заважає дія та вплив суб'єктивних та об'єктивних факторів, які гальмують позитивне реформування медичної галузі в країні. В числі таких факторів є:

- недостатнє фінансування медичної галузі;
- недостатнє використання інноваційних технологій, що заважає розвитку модернізації медичної галузі;
- недостатнє використання досвіду розвинених країн з провідною медичною системою та недотримання в своїй діяльності міжнародних протоколів лікування;
- недостатнє врахування потреб людей при наданні медичних послуг;
- нецільове використання ресурсів медичної галузі;
- недостатня підтримка держави при впровадженні результатів науково-дослідних робіт в діяльність медичних закладів.

Враховуючи вищезазначене, необхідно відмітити, що політика держави в медичній галузі повинна розвиватися в двох напрямках – загальному та конкретному (вузькому):

1. В загальному напрямку розвиток медичної галузі буде направлений на здійснення якісних системних змін.

2. В конкретному (вузькому) напрямку розвиток медичної галузі буде направлений на:

- значне покращення якості медичних послуг;
- підвищення рівня доступності послуг медичних закладів для кожного громадянина;
- підвищення рівня довіри громадян до вітчизняної галузі охорони здоров'я;
- підвищення рівня стимулювання медичних робітників до якісного надання послуг;
- підвищення престижу вітчизняної медичної освіти;

- суттєве підвищення стану здоров'я загалом всієї нації.

Таким чином, сьогодні вся система охорони здоров'я в Україні знаходиться в стані реформування в наступних напрямках:

- упорядкування мережі медичних закладів;
- здійснення якісного та своєчасного медичного обслуговування;
- покращення системи фінансування медичної сфери;
- вдосконалення системи управління ресурсами.

Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я констатує, що «...під час реформування та модернізації системи охорони здоров'я України повинні бути окреслені цілі та завдання, виконання яких допоможе реалізувати соціальні цінності та прагнення в дусі традицій сучасної, демократичної Європи. Право людини на здоров'я повинно базуватися на економічному та соціальному розвитку і політичній стабільності. Україна потребує ефективного функціонування юридичних, фінансових, економічних, структурних, управлінських, організаційних, інформаційних і комунікаційних інститутів із метою досягнення найкращих результатів для здоров'я, фінансової захищеності при отриманні медичної допомоги, оперативного задоволення вимог та очікувань громадян і загальної ефективності галузі» [26].

В сучасних умовах реформування медичної галузі вимагає формування такої дієвої системи, яка:

1. Орієнована на людей, що означає, що стале функціонування медичної галузі на перше місце повинно ставити людину, її потреби. Важливим є також встановлення між пацієнтом та медичним робітником продуктивного довірливого діалогу, ефективної комунікації.

2. Орієнована на кінцевий результат, коли впровадження управлінських рішень на кожному управлінському щаблі зобов'язане враховувати потреби пацієнтів. При цьому в самій медичній галузі необхідно щоб була максимальна зацікавленість медичних робітників у досягненні ефективних результатів від своєї діяльності.

3. Орієнтована на ефективне впровадження, коли реформування медичної галузі залежатиме від розробки чіткого обґрунтованого плану проведення всіх реформ, механізму його виконання [26].

Основні принципи діяльності сучасної медичної системи охорони здоров'я зображені на рисунку 1.6.



Рис. 1.6. Принципи функціонування сучасної медичної системи

Бажано, щоб сучасна модель медичної системи була як можна більше пацієнтоорієнтованою, коли в центрі уваги буде конкретна людина (пацієнт) зі своїми потребами в конкретній медичній послугі.

Тому принципами пацієнтоорієнтованої моделі сучасної медичної системи є:

- забезпечення повного доступу населення до медичного обслуговування;
- координація та інтеграція медичного забезпечення;
- уважне ставлення до потреб пацієнтів;
- забезпечення пацієнтів точними та своєчасними даними стосовно визначеного діагнозу та процедури лікування;
- підтримка психологічного та емоційного стану пацієнтів;

- забезпечення повного доступу всіх членів сім'ї пацієнта до процесу лікування.

Комп'ютеризація та всебічна інформатизація спонукає до появи актуального питання в медичній галузі - це створення інформаційно-комунікативної системи, її функціонування, яка потребує удосконалення всієї матеріально-технічної бази, оновлення основних медичних фондів, капітального будівництва, модернізації застарілого медичного технічного обладнання.

Не зважаючи на те, що ми зараз можемо спостерігати окремі поодинокі впровадження інноваційних інформаційних технологій у діяльність медичної сфери, однак, на жаль, ще залишаються певні недоліки в цьому аспекті. Основними перешкодами є:

- недостатній рівень фінансування процесів по розробці й впровадженню в діяльність закладів сучасних інформаційних систем;
- відсутність у більшості керівних кадрів медичних закладів доцільності та необхідності таких систем;
- недостатнє число спеціалістів ІТ-сфери в медичній галузі;
- низький рівень розробки та впровадження сучасних програмних продуктів.

Разом з тим, необхідно відмітити деякі позитивні зміни в медичних інформаційних системах. Так, теперішні інформаційні системи більшою мірою забезпечують:

- необхідний процес управління та обліку надання медичних послуг пацієнтам;
- прийнятний рівень автоматизації процесів обліку медичного обстеження пацієнтів та існуючого ліжкофонду;
- прийнятний рівень автоматизації ведення всієї статистичної звітності, що зменшує навантаження на медичний персонал;
- більш ефективне використання існуючих в медичних закладах наявних фінансових й матеріальних ресурсів.

Також з боку пацієнта можна спостерігати позитивні наслідки від впровадження маркетингових інформаційних систем:

- по-перше, значно спрощеним став процес реєстрації пацієнта на прийом до лікаря. Так, система запису в онлайн-формі на прийом до лікаря виключила необхідність довготривалого перебування пацієнтів у чергах для отримання направлень до більш вузьких медичних спеціалістів.

- по-друге, тепер люди можуть самостійно за допомогою електронного кабінету контролювати лікарське призначення та мають доступ до своєї медичної картки.

- по-третє, завдяки впровадженню маркетингових інформаційних систем, налагоджена комунікаційний взаємозв'язок населення з медичними закладами, що значно покращує якість та результативність медичних послуг.

Сьогоднішня медична система в Україні включає майже 15 медичних інформаційно-комунікаційних систем. Ці системи в своїй діяльності дотримуються стандартам, визначеним МОЗом України.

Однак, проблемою залишається те, що не всі зазначені програми спроможні сформувати й в подальшому вести в електронному вигляді всю історію хвороби людини.

Проте, спроможні комплексні інформаційно-комунікаційні системи все ж розвиваються.

Яскравими прикладами зазначених систем є:

- Helsi;
- MIC EMCIMED;
- «Поліклініка без черг»;
- система MEDICS;
- система MEDSTAR;
- медична система Доктор Елекс;
- «nHealth».

Всі зазначені системи взаємодіють в eHealth - єдиній електронній медичній системі.

Управління системою охорони здоров'я здійснюється на трьох рівнях (рис.1.7).



Рис. 1.7. Рівні управління системою охорони здоров'я.

Електронна система медичної сфери - eHealth – сформована для збору, аналізу та правильного зберігання загальної інформації відносно діяльності медичних закладів а також для полегшення роботи медичних працівників із значними обсягами інформації та збільшення можливостей збору необхідної інформації для пацієнтів.

Необхідно відмітити, що впровадження електронної системи eHealth у функціонування медичної системи України здійснюється за етапами (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Основні етапи впровадження електронної системи eHealth
в медичних закладах України

Етапи	Період впровадження	Результати від впровадження
I етап	2017-2018 рр.	Здійснення реєстрації в електронній системі обліку персональних даних: - організація реєстрації медичних закладів, лікарів та пацієнтів; - організація заключення декларацій сімейного лікаря з пацієнтом.
II етап	2019-2020 рр.	Формування електронних медичних карток із записами лікарів про призначення, електронні рецепти та електронні направлення до вузьких спеціалістів.

		Здійснення програми «Доступні ліки». Організований облік статистичних даних рівня захворюваності населення.
III етап	2021-2023 рр.	Подальший розвиток системи підтримки клінічних рішень. Розвиток пацієнтоорієнтованої моделі медичної системи. Вдосконалення забезпечення необхідного технічного рівня регулювання інформаційних маркетингових систем. Формування та впровадження конкретних спеціалізованих класифікаторів та словників.

Дані таблиці свідчать, що підсумком від формування представленої електронної медичної системи інформації буде створення сприятливих умов для ведення ефективного та дієвого діалогу між населенням країни та всією медичною системою.

Так, реструктуризація медичної інформаційної системи направлена на:

- всебічне оновлення функціонування всієї мережі медичних закладів, її фінансування;
- оновлення організації та управління кадровими та матеріальними ресурсами;
- впровадження інноваційних інформаційно-комунікаційних маркетингових технологій у діяльність медичної системи країни.

Програма маркетингових комунікацій включає наступні складові (рис. 1.8).

Нами визначено, що на першому етапі програми комунікаційної діяльності підприємства визначається цільова аудиторія, на яку буде направлено комунікаційне звернення (рис. 1.8).

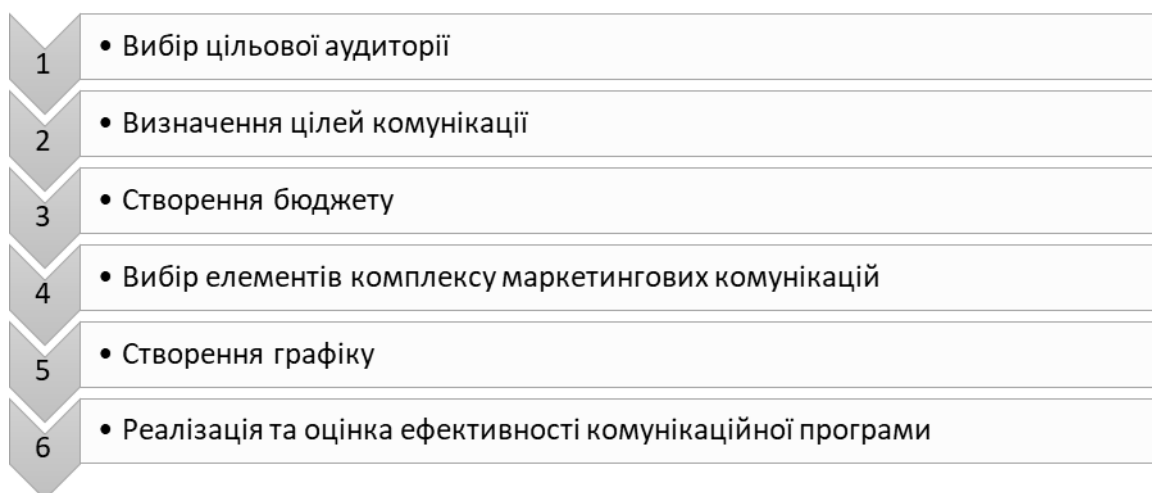


Рис. 1.8. Процес формування ефективної комунікаційної програми підприємства

Цільовою аудиторією є група (сегмент) споживачів, на яку буде направлена маркетингова комунікаційна стратегія. Саме від обґрунтованого та вірного визначення представників цільової аудиторії й залежить вибір комунікаційної стратегії та в цілому ефективність всього комплексу комунікацій.

Враховуючи потреби певного цільового сегменту, підприємство може використовувати такі варіанти стратегії комунікаційної діяльності:

1) стратегія протягування комунікаційного звернення направлена на кінцевого цільового споживача товару (послуги). Цей варіант просування продукції (послуг) на ринку викликає з боку кінцевого споживача бажаний рівень попиту та спонукає його до запрошення до продукції самого підприємства або до організацій роздрібної торгівлі;

2) стратегія проштовхування комунікаційного звернення заключається в тому, що просування продукції (послуг) на ринку здійснюється через торгового посередника, який, в свою чергу, буде змушений самостійно просувати продукцію (послуги) по визначених каналах збуту до кінцевого клієнта. Алгоритм розробки рішення про просування продукції (послуг) за цією стратегією передбачає формування комунікаційної програми, її впровадження та аналіз її ефективності.

Під час другого етапу маркетологи визначають необхідні цілі комунікаційної кампанії, що розраховуються на певний необхідний період часу та в розрахунку на конкретного цільового споживача.

На третьому етапі, після визначення цілей комунікаційної кампанії, підприємство може приступити до розробки бюджету комунікаційної програми. Підприємство може використовувати такі варіанти розробки комунікаційного бюджету:

- метод визначення бюджету на комунікаційні заходи у вигляді певного відсотка від обсягів продажів, які обов'язково враховують рівні попередніх або запланованих продажів продукції (послуг);

- метод конкурентного паритету, який заснований на визначенні рівня комунікаційного бюджету на рівні аналогічних витрат конкурентів;
- метод розрахунку комунікаційного бюджету за дотриманням залишкового принципу, за яким кошти на просування продукції (послуг) будуть виділені остаточно тільки після того, коли будуть враховані інші витрати при виробництві та збуті;
- метод розрахунку комунікаційного бюджету виходячи з основних цілей і задач підприємства на ринку. Цей метод передбачає, що підприємство визначає основну мету своєї комунікаційної діяльності, намічає конкретні завдання, які допомагатимуть досягти цих цілей та розраховує всі витрати, які підуть на досягнення цілей та виконання намічених завдань;
- інші існуючі методи.

На четвертому етапі, після складання комунікаційного бюджету, використовуючи аналітичні здібності та власний досвід, маркетологи визначають комплекс комунікаційних складових елементів.

Потім на цьому етапі будується графік використання комунікаційних складових елементів, що вміщує послідовність етапів реалізації програми та частоту використання комунікаційних елементів за певний запланований період часу.

На п'ятому завершальному етапі формування комунікаційної програми визначається її ефективність за допомогою розробки та вирішення системи перевіричних тестів [6].

Висновки до Розділу 1:

1. Виявлено, що сучасна маркетингова комунікаційна політика, яка є ефективним інструментом управління, зараз стає необхідною в практиці господарювання підприємств всіх сфер та видів власності. Ефективна маркетингова комунікаційна політика направлена на задоволення потреб цільових ринків, на розробку дієвого комплексу маркетингу й на забезпечення товарів бажаного місця на ринку й в свідомості споживачів, що є кінцевою метою

кожного підприємства. Особливо в теперішніх кризових умовах діяльності вітчизняних підприємств сучасна комунікаційна політика є однією з важливих умов формування ефективної техніко-технологічної структури підприємства, підвищення його конкурентоспроможності та ефективності.

2. Досліджено, що результативність та ефективність маркетингової комунікаційної системи та комунікаційної політики в цілому залежить від особливих якостей кожного суб'єкта маркетингу а також від тих засобів комунікації, які використовуються при здійсненні комунікації. Маркетингова комунікаційна політика підприємства будь-якої сфери вміщує комплекс дієвих маркетингових інструментів, які покликані забезпечити досягнення запланованих результатів та цілей.

3. Констатовано, що в сучасних умовах маркетингове інформаційно-комунікаційне забезпечення функціонування закладів охорони здоров'я відіграють важливу роль та мають велике значення. Сучасна ефективна інформаційно-комунікаційна система направлена на:

- формування умов для безперебійної роботи всієї інформаційної та управлінсько-організаційної складових систем медичного закладу;
- встановлення ефективних комунікаційних зв'язків між структурними підрозділами закладу медичним персоналом організації;
- встановлення та розвиток взаємозв'язків з органами державної влади та широкими колами громадськості;
- впровадження ефективної комунікативної взаємодії з населенням для забезпечення необхідного рівня громадського здоров'я та його підтримки;
- формування та всебічна підтримка ефективних взаємозв'язків між медичним закладом та споживачами медичних послуг.

Вдале управління всіма процесами інформаційно-комунікативної системи медичних закладів вимагає формування єдиної інформаційної системи, яка являється необхідною важливою складовою цілої медичної інформаційної системи країни.

4. Проведені дослідження показали, що ефективне управління інформаційно-комунікативною системою діяльності медичного закладу здійснюється за допомогою двох її складових підсистем:

1. Інформаційної підсистеми.
2. Комунікаційної підсистеми.

Так, управління інформаційною складовою підсистемою включає організацію роботи медичного закладу з великим масивом інформації.

Ефективне управління комунікативною складовою підсистемою направлене на формування комунікативного взаємозв'язку з цільовими групами, на визначення найбільш суттєвих проблемних аспектів в маркетинговій комунікації та на ефективне їх вирішення.

5. Визначено, що в сучасних умовах реформування медичної галузі вимагає формування такої дієвої системи, яка:

1) Орієнтована на людей. Це означає, що стале функціонування медичної галузі на перше місце повинно ставити людину, її потреби.

2) Орієнтована на кінцевий результат, коли впровадження управлінських рішень на кожному щаблі управління повинно враховувати потреби пацієнтів.

3) Орієнтована на ефективне впровадження, коли реформування медичної галузі залежатиме від розробки чіткого обґрунтованого плану проведення всіх реформ, механізму його виконання.

6. Досліджено, що основними принципами пацієнтоорієнтованої моделі сучасної медичної системи є:

- забезпечення повного доступу населення до медичного обслуговування;
- координація та інтеграція медичного забезпечення;
- уважне ставлення до потреб пацієнтів;
- забезпечення пацієнтів точними та своєчасними даними стосовно визначеного діагнозу та процедури лікування;
- підтримка психологічного та емоційного стану пацієнтів;
- забезпечення повного доступу всіх членів сім'ї пацієнта до процесу лікування.

7. Визначено, що теперішні інформаційні системи більшою мірою забезпечують:

- необхідний процес управління та обліку надання медичних послуг пацієнтам;
- прийнятний рівень автоматизації процесів обліку медичного обстеження пацієнтів та існуючого ліжкофонду;
- прийнятний рівень автоматизації ведення всієї статистичної звітності, що зменшує навантаження на медичний персонал;
- більш ефективне використання існуючих в медичних закладах наявних фінансових й матеріальних ресурсів.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства

Комунальне підприємство «Дніпропетровський обласний медичний центр соціально значущих хвороб» Дніпропетровської обласної Ради (в подальшому КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» зареєстроване 30.01.2004 за юридичною адресою: 49115, м. Дніпро, вул. Бехтерева /1 Дніпропетровської об-ті (рис. 2.1).

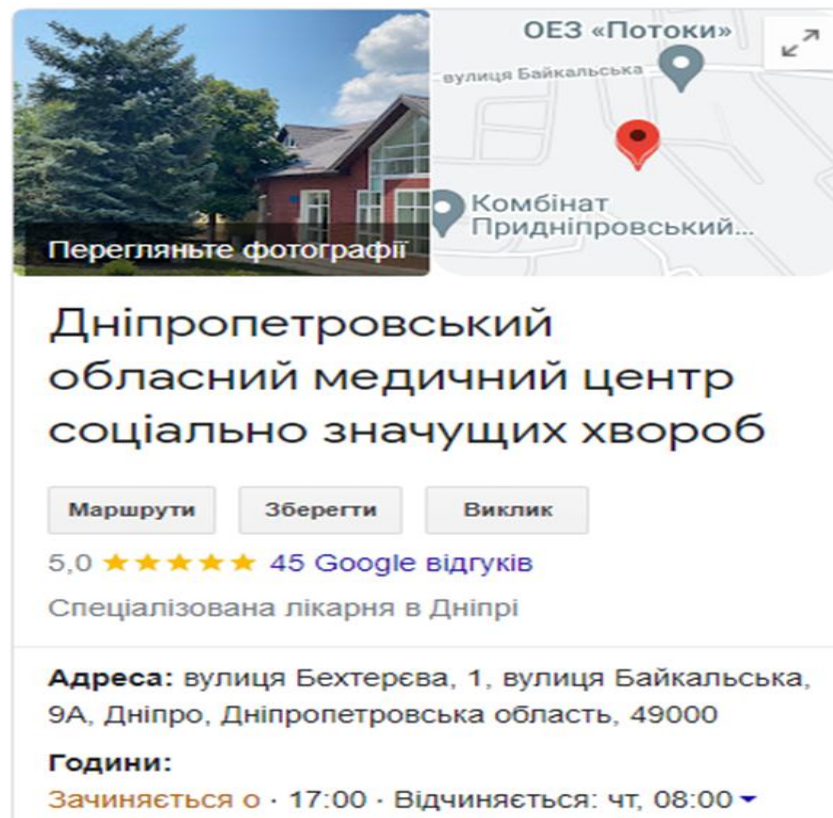


Рис. 2.1. Місцезнаходження КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Перелік основних медичних послуг, які надає КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» представлено на рисунку 2.2.

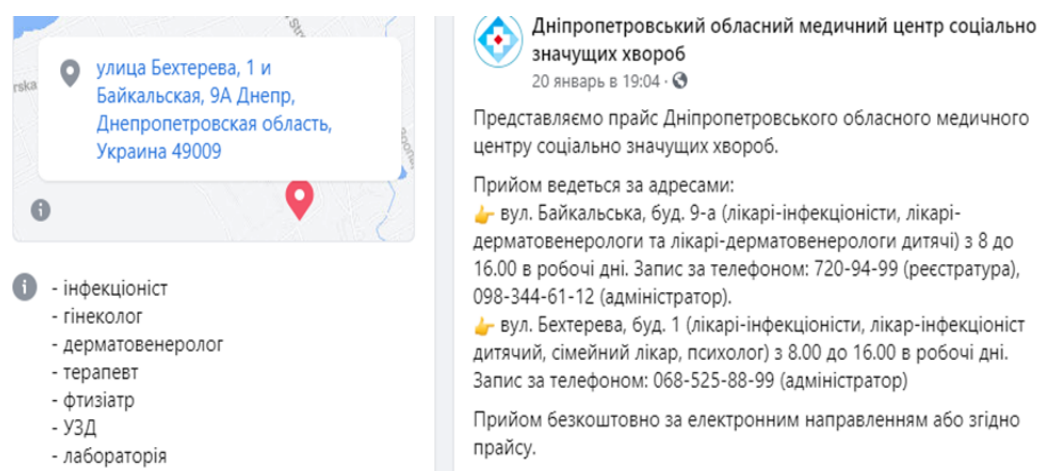


Рис. 2.2. Перелік основних медичних послуг, які надає КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Керівником медичного центру є Чухалова Ірина Віталіївна. Розмір статутного капіталу закладу дорівнює 1,00 грн.. На період останнього оновлення інформації (на 08.02.2022 р.) про стан організації, то заклад не перебуває в процесі припинення своєї діяльності.

Органами управління є:

- вищий орган - дніпропетровська обласна Рада;
- виконавчий директор;
- інший орган управління - департамент охорони здоров'я дніпропетровської обласної Ради.

Виявлено, що основним видом діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є:

- діяльність лікарняних закладів.

Також КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» виконує й інші види діяльності:

- діяльність в сфері зв'язків із громадськістю;
- дослідження та практичні розробки у галузі природничих і технічних наук;
- інші види професійної, наукової й технічної діяльності;
- участь в організації медичних конгресів та торговельних виставок.
- інші види освіти;
- надання всіх інших видів соціальної допомоги без надання послуг по проживанню.

Головним сучасним завданням КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є формування пацієнтоорієнтованої моделі медичної допомоги. На практиці вона вимагає надання населенню кваліфікованої, якісної, доступної та безперервної медичної допомоги. Окрім цього головного завдання Центр також здійснює заходи з:

- надання населенню, яке прикріплене до послуг Центру, як первинної допомоги, так і невідкладної медичної допомоги;
- організації та підтримці взаємодії з іншими медичними закладами, що надають такі більш спеціалізовані та високоспеціалізовані види медичних послуг, екстрену й паліативну допомогу та проведення медичної реабілітації;

- здійснення необхідних заходів щодо проведення масової та більш індивідуальної профілактики від інфекційних захворювань;
- забезпечення раннього виявлення та проведення профілактики неінфекційних захворювань серед представників груп підвищеного ризику;
- організації санітарно-просвітницької роботи з метою пропаганди для населення здорового способу життя, надання йому основних навиків по самодопомозі та взаємодопомозі;
- проведення своєчасного виявлення симптомів тяжких захворювань, що сприяє зменшенню серед населення випадків інвалідизації та смертності;
- відбору хворих, яким необхідне санаторно-курортне лікування відповідно до їх діагнозів;
- здійснення експертизи по питанню тимчасової втрати людиною працездатності;
- надання необхідних рецептів для пільгового забезпечення ліками;
- організації управління та контролю за якістю надання медичних послуг;
- організації необхідного медичного обстеження пацієнтів, їх лікування та реабілітація;
- забезпеченням права пацієнта вільно вибирати собі лікаря;
- проведення організаційно-методичної роботи по наданню первинної медичної та санітарної допомоги.

В таблиці 2.1. наведені основні техніко-економічні показники діяльності КП «ДОМЦСХ» ДОР».

Таблиця 2.1

Основні техніко-економічні показники діяльності КП КП «ДОМЦСХ»
ДОР»

Показник	2019	2020	2021	2021 у % до 2019
Всього доходів, тис. грн.	10386,4	12939,8	17776,4	171,2
Всього витрат, тис. грн.	9668,3	12119,4	17150,1	177,3
Затверджений зведений бюджет, тис.	9987,7	12936,7	19450,2	194,7

грн.				
Профінансовано (фактично), тис. грн.	9987,7	12927,3	16640,2	166,6
Середньооблікова чисельність працівників, чол.	94	86	83	88,3
в т.ч. лікарів, чол.	23	20	22	95,7
Середньомісячна з/п одного працівника, грн.	6120	8231	9235	150,9
одного лікаря, грн.	8000	10000	15000	187,5
Фонд оплати праці робітників Центру, тис. грн.	10145,9	11190,8	11211,8	110,5
Число ліжок денного стаціонара, од.	43	43	43	100,0
Кількість населення, що обслуговується сімейними лікарями, чол.	31965	31515	31114	97,3
Кількість відвідувань центру, чол.	88595	69712	80214	90,5
Проліковано пацієнтів на денному стаціонарі, чол.	1712	1551	1774	103,6
Проліковано пацієнтів у стаціонарах вдома, чол.	1152	1393	1523	132,0
в т.ч. паліативна допомога, чол.	52	55	54	103,8

Особливої уваги серед основних техніко-економічних показників діяльності КП КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» заслуговує рівень середньомісячної заробітної плати одного працівника та одного лікаря, який представлений на рисунку 2.3.

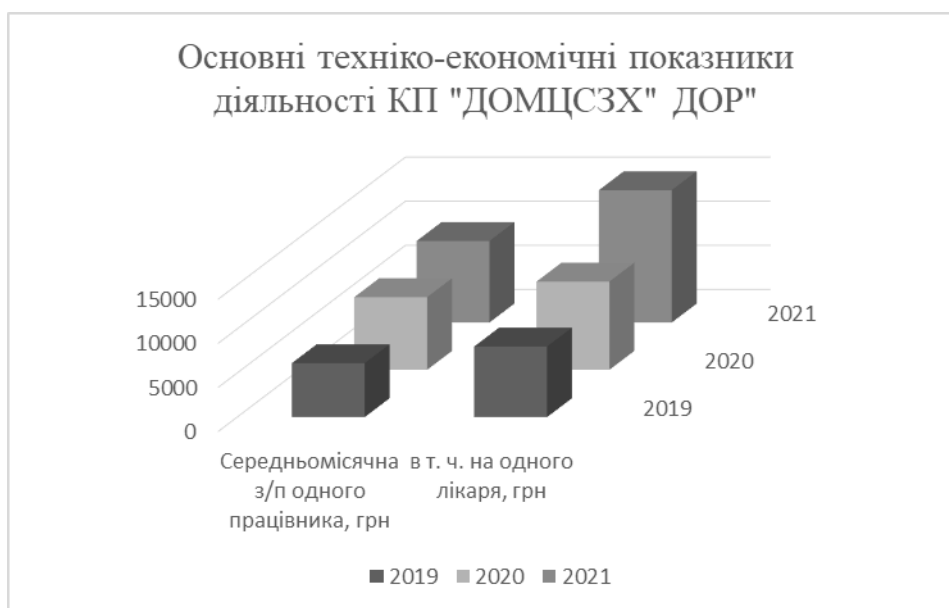


Рис. 2.3. Фактичний рівень середньомісячної з/п одного працівника та одного лікаря

Результати аналізу надання послуг з медичної допомоги КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» наведені в таблиці 2.2.

Дані таблиці 2.2 свідчать, що у 2019 році з сімейними лікарями КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» було заключено 24778 декларацій, що складає 78,61% від всього обслуговуваного населення, а в звітному 2021 році цей показник становив 28235 (83,9% від всього обслуговуваного населення), що на 13,9 % перевищує дані за базовий 2019 рік.

Аналіз обсягів відвідувань КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» показав, що цей показник на протязі досліджуваного періоду скорочувався, хоча кількість пролікованих на денному стаціонарі та у стаціонарі вдома збільшувався відповідно на 3,6 та 32,0 %. Однак, кількість ліжок на денному стаціонарі за 2019-2021 рр. є незмінною.

Таблиця 2.2

Результати від надання медичної допомоги КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Показник	2019	2020	2021	2021 у % до 2019
----------	------	------	------	------------------

Заключено декларацій – всього % від всього прикріпленого населення	24778 78,61%	26129 83,9%	28235 88,3%	113,9 9,69 в.п.
Середня кількість населення (абс. число) на:	24778	26129	28235	113,9
- одного сімейного лікаря;	1426	1538	1658	116,3
- одного лікаря-терапевта;	-	-	-	
- одного лікаря-педіатра	122	89	93	73,9
Відвідувань всього	88595	69712	80214	90,5
Ліжок денного стаціонару - всього на 10 тис. населення	43 14,01	43 14,01	43 14,01	100,0 100,0
Проліковано пацієнтів у денному стаціонарі – всього	1712	1551	1774	103,6
на 10 тис. населення	535,29	491,85	569,9	106,5
Проліковано пацієнтів у стаціонарах вдома – всього	1152	1393	1523	132,0
на 10 тис. населення	514,33	441,71	489,2	95,1
У т. ч. паліативна допомога – всього	52	55	54	103,8
на 10 тис. населення	17,12	17,46	17,35	101,3
Хворих пацієнтів на гострий інфаркт міокарду - всього	49	27	31	63,3
на 1000 населення	0,78	0,61	1,1	129,9
Хворих пацієнтів на гострий інфаркт міокарду - всього	96	95	113	117,8
на 1000 населення	2,89	3,01	3,63	125,6

В таблиці також представлений показник навантаження на одного сімейного лікаря. Таким показником є - кількість населення, яке прикріплено до одного лікаря. Дані свідчать, що один сімейний лікар мав середнє навантаження у 2019 році - 1426 пацієнтів у 2021 році – 1658, що на 16,3 % більше. Середнє навантаження на одного педіатра у 2019 році становила 122 пацієнта, а у звітному 2021 році – 93. Зазначена кількість пацієнтів, які обслуговує КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є оптимальною, так як сімейним лікарем можуть обслуговуватися 1800 пацієнтів, а терапевтом – 2000 пацієнтів. Отриманий показник обслуговування на одного лікаря-педіатра має низьке більш значення: у 2021 р. – 93 дитина, адже педіатр за медичними нормами може обслуговувати до 900 дітей-пацієнтів. Разом з тим зазначені норми обслуговування на одного сімейного лікаря та педіатра

можуть бути більшими для тих лікарів, які працюють у сільських медичних закладах.

Фінансування діяльності КП «ДОМЦСХ» ДОР» здійснюється з таких джерел:

- кошти місцевого бюджету;
- кошти державного бюджету у вигляді медичних субвенцій;
- кошти Національної служби здоров'я України (НСЗУ);
- інші позабюджетні кошти.

В таблиці 2.3 представлено інформацію про стан фінансування медичного закладу з різних джерел надходжень за 2019-2021 рр.

Таблиця 2.3

Джерела фінансування КП «ДОМЦСХ» ДОР»

Джерело фінансових надходжень	2019	2020	2021	2021 у % до 2019
Видатки з НСЗУ, тис. грн:	3235,6	3880,8	15367,5	475,0
на 1 мешканця	92,3	123	494	535,2
Видатки з місцевого бюджету, тис. грн.:	1699,5	1855	11192,7	658,5
на 1 мешканця	312,5	58,9	38,3	12,3
Залучені кошти, тис. грн.	399,5	322,8	600,0	150,0
Інші доходи (від оренди), тис. грн.	24	24	24	100,0
Видатки на пільгове забезпечення з місцевого бюджету, тис. грн.	861,4	181,6	293,3	33,9

Представлені дані свідчать, що у 2021 р. порівняно з 2019 р. зросли надходження з НСЗУ майже в 4 рази. Також в звітному році збільшився розмір фінансування з місцевого бюджету в 6 разів. Однак, на одного мешканця цей показник знизився на 87,7 %. Значного зростання – на 50 % набув показник залучених коштів. Видатки з місцевого бюджету на 1 мешканця значно знизилися

майже в 8 разів, що обумовлюється складною економічною ситуацією в країні в цілому а також на місцевому рівню.

В сучасних умовах якість надання медичних послуг пацієнтам значно залежить від забезпечення медичних центрів необхідними матеріально-технічними засобами. Ця проблема також гостро постає в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» Сучасний стан матеріально-технічне забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Матеріально-технічне забезпечення функціонування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР

Показник	2019	2020	2021	2021 у % до 2019
Забезпеченість автомобілями	2	3	4	200,0
Забезпеченість ЕКГ-апаратами	2	3	6	300,0
Кількість тест-систем для лабораторних аналізів	3	3	4	133,3
Забезпеченість лабораторним обладнанням	3	4	5	166,7
Кількість спец інструментів (ЛОР, офтальмологічних)	2	3	5	250,0
Забезпеченість холодильниками	16	16	20	125,0
Забезпеченість персональними комп'ютерами	18	25	30	166,7

Позитивними змінами у 2021 р., які сприяють покращенню матеріально-технічного забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є завершення сучасного ремонту приміщення в Центрі соціально значущих хвороб а також придбання двох автомобілів порівняно з 2019 роком. Також немаловажними позитивними змінами за даними таблиці є ріст матеріально-технічного забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», який спостерігається за всіма показниками, особливо позитивним є збільшення кількості комп'ютерів на 66,7 % у порівнянні з 2019 р., що сприятиме

підвищенню ефективності всієї інформаційно-комунікаційної системи медичного закладу.

У квітні 2019 року в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» почала працювати урядова програма «Доступні ліки». Метою впровадження цієї програми є зменшити фінансового навантаження на пацієнтів та зробити для них більш доступними придбання ліків. В основі цієї програми закладений механізм фінансового відшкодування державою вартості придбаних ліків. В КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» дана програма забезпечує, насамперед, тих пацієнтів, що хворіють на серцево-судинні захворювання, хворіють на бронхіальну астму та цукровий діабет. Список ліків, що їх можна отримати за програмою «Доступні ліки», включає понад 254 лікарських препаратів, з яких - 78 можна отримати безкоштовно, а решту – з незначною фінансовою доплатою. Як працює даний механізм: держава повністю компенсує вартість ліків за найнижчою ціною, при умові якщо їх виробник чи його дистриб'ютор своєчасно зробили заявку на участь в даній програмі. Саме в цьому випадку пацієнт отримає ці ліки безкоштовно.

Ціна, яку повністю відшкодовується державою, визначається урядом після її визначення Міністерством охорони здоров'я, що здійснюється шляхом порівняння встановленої ціни на аналогічні ліки в таких країнах як: Латвія, Польща, Словаччина та Чехія.

Результати виконання урядової програми «Доступні ліки» КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» представлені в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Виконання урядової програми «Доступні ліки»

Кількість виписаних та погашених рецептів	2020 р.	2021 р.
Число виписаних рецептів	на 786,3 тис. грн.	9642
на 1000 осіб населення	-	313,4
Число погашених рецептів	94,0 %	8652
% від виписаних	-	89,3 %

За даними таблиці видно, що кількість виписаних рецептів у 2021 р. становила - 9642. Однак, негативним наслідком є, що в 2021 рр. було погашено лише 89,3% від всіх виписаних рецептів, що на 4,7 % менше ніж у 2020 р..

Показовим в роботі КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є досить висока якість надання медичних послуг. Про це свідчить, розрахований за досліджуваний період, показник питомої ваги онкологічних захворювань, які виявлені своєчасно на ранніх стадіях, який дорівнює - 83,0 %. Також позитивним в роботі Центру є 2 показника щодо дотримання виконання календарного плану здійснення профілактичних медичних оглядів дітей до 3 років – 100 % та віком до 18 років – 100 %.

Отже, головне призначення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» - це:

- своєчасне медичне обслуговування прикріпленого населення, надання їм первинної медичної допомоги;
- організація та своєчасне надання невідкладної якісної медичної допомоги;
- організація та проведення профілактичної роботи для запобігання захворюваності серед населення та підтримки його здоров'я.

2.2. Дослідження інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Проведений аналіз стану інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» свідчить про щільний взаємозв'язок, який існує між формуванням та функціонуванням ефективної взаємодії в системі комунікації, можливістю надання якісних медичних послуг та забезпеченням кваліфікованих медичних кадрів.

Визначено, що саме від кадрового потенціалу залежить ефективність всього ресурсного забезпечення медичної галузі. Необхідне кваліфіковане кадрове забезпечення, належне інформаційно-технологічне забезпечення трудового процесу, необхідний умов праці, її оплати суттєво впливає на рівень якості медичних послуг, які надаються населенню.

Сьогодні особливої уваги заслуговує показник якості кадрового забезпечення медичних закладів. Основними показниками якості кадрового забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є:

- забезпечення необхідним кваліфікованим персоналом медичного закладу;
- питома вага в загальній кількості вищого рівня медичних працівників атестованих лікарів;
- питома вага в загальній кількості середнього рівня атестованих медичних працівників та ін..

Дослідження рівня кадрового забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» показало, що за 2019-2021 рр. фактична кількість числа лікарів та середнього медичного персоналу в закладі зменшилась.

Для визначення рівня кадрового забезпечення працюючими медичними робітниками визначимо коефіцієнт укомплектованості за формулою (2.1):

$$K_{\text{уп}} = (P_{\text{ф}} / P_{\text{пл}}) \times 100 \%, \quad (2.1)$$

де: $P_{\text{ф}}$ – число зайнятих посад (фактично),

$P_{\text{пл}}$ – планове число штатних посад.

Отримані дані занесемо в таблицю 2.6.

Таблиця 2.6

Показники укомплектованості медичними працівниками КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Показник	2019	2020	2021	2021 до 2019, +,-
$K_{\text{уп}}$ посадами лікарів, %	79,0	81,7	95,7	16,7 в.п.
$K_{\text{уп}}$ посадами середнього медичного персоналу, %	98,7	97,3	96,8	- 1,9 в.п.

Дані таблиці 2.6 показують, що розрахований $K_{\text{уп}}$ посад лікарів в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» найнижче значення мав у 2019 р. – 79,0%. В наступні 2020-

2021 рр. спостерігалася позитивна тенденція. Разом з тим у 2020 р. підвищення $K_{уп}$ відбулося на 2,7 в.п. і склало 81,7 %, що відбулося, в основному, внаслідок скорочення чисельності штатних посад лікарів за планом. У звітному 2021 р. показник $K_{уп}$ склав 95,7 %. Цьому сприяло збільшення числа зайнятих посад лікарів по факту.

Наглядно отримані результати представлені на рисунку 2.4.

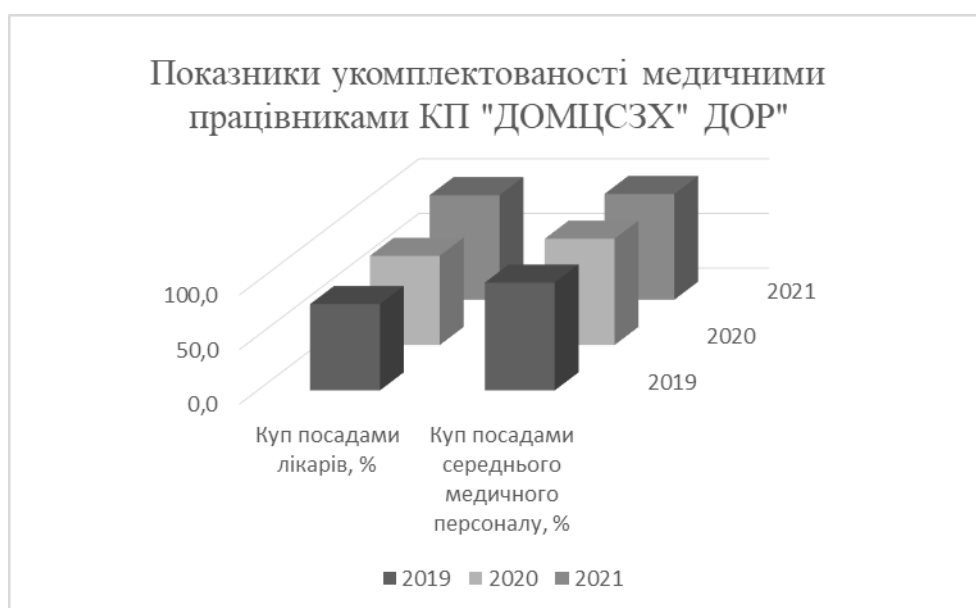


Рис. 2.4. Показники укомплектованості медичними працівниками КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Представлені дані свідчать, що по факту реальна укомплектованість КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» посадами лікарів і середніми медичними працівниками не достатньо відповідає сучасним потребам населення. Дане становище з недостатністю кадрового забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» може викликати перевантаження працюючого медичних працівників, зниження якості та своєчасності надання медичних послуг пацієнтам.

Однак, в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» спостерігається позитивна тенденція щодо повного виконання плану підвищення кваліфікації та атестації медичних робітників всіх посад. Це сприятиме підвищенню їх професійного рівня, що позитивно позначиться на наданні якісного лікування пацієнтам.

Також заслуговує на нашу увагу той аспект, що діяльність КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» тісно пов'язана з послугами постачальників, які забезпечують заклад необхідними ресурсами, матеріалами та обладнанням (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

ТОП-10 постачальників продукції для КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» за 2021 р.

№ п/п	Назва підприємства	Кількість пропозицій	Кількість договорів	Вартість договорів, грн.
1.	ТОВ «ЛАБІКС»	14	14	192 352.48
2.	ТОВ «МЕДБІОАЛЬЯНС»	9	7	190 820.00
3.	ДП «ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ ДЕРЖАВНИЙ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИЙ ЦЕНТР СТАНДАРТ»	2	2	141 664.19
4.	ТОВ «БАДМ-Б»	6	4	119 173.98
5.	ФОП «ПЕТРУСЕНКО ЮРІЙ МИКОЛАЙОВИЧ»	4	4	106 739.00
6.	ТОВ «ДНІПРО ОІЛ ТРЕЙД»	4	4	96 686.16
7.	ПП ФІРМА «МЕДСЕРВІС»	3	2	96 573.00
8.	ТОВ «ВІДЖИ МЕДІКАЛ»	8	4	91 624.54
9.	ТОВ «ЛАБ-УНІВЕРСУМ»	4	4	79 794.20
10.	ФОП «СИЧ НАТАЛІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА»	3	3	79 152.00

При виборі постачальників КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» керується певними чинниками:

- імідж постачальника на ринку медичних послуг;
- його надійність та фінансова стійкість.

Наші дослідження виявили, що склад підрозділів КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» вміщує інформаційно-аналітичний підрозділ. Його основною метою є надання необхідних інформаційно-комунікативних послуг. Основними видами діяльності даного підрозділу є:

- реалізація державної політики стосовно аспектів ведення та обліку медичної статистики;
- інформаційно-аналітичне забезпечення управління сферою охорони здоров'я в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»;
- впровадження в діяльність закладу сучасних інноваційних технологій.

Основними завданнями функціонуючого інформаційно-аналітичного підрозділу є:

- ведення загальної системи документообігу, а саме статистичної медичної інформації в закладі;
- збір, обробка та аналіз отриманих статистичних даних про медичну та адміністративну діяльність Центру, які включають інформацію про загальний стан здоров'я всього населення; про обсяги та якість надання медичних послуг; про наявність та використання всіх існуючих ресурсів;
- складання звітів, сформованих на основі зібраної та проаналізованої медичної та адміністративної інформації й передача її до керівництва;
- організація ефективного функціонування загального банку даних про стан здоров'я обслуговуваного населення, забезпечення необхідними ресурсами та про діяльність медичного закладу;
- забезпечення необхідною організаційно-методичною та консультативною підтримкою всіх структурних підрозділів (амбулаторій сімейної медицини), які входять до складу КП «ДОМЦСЗХ» ДОР».

Нами також був здійснений аналіз інформації, яка забезпечує весь інформаційно-комунікаційний процес в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР». Він показав, що існують три типи інформації, які циркулюють в закладі:

1. Директивна інформація, яка має законодавчий характер.
2. Наукова інформація.
3. Внутрішня інформація, отримана з власних джерел.

Так, джерелами збору державної інформації в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є певні законодавчі нормативно-правові акти, що регулюють відносини в медичній галузі, а саме:

- Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я» (від 1993 р., № 4);
- Закон України «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення» (від 2018 р., № 5);
- Конституція країни;

- Наказ Міністерства охорони здоров'я України «Про затвердження Порядку надання первинної медичної допомоги» (від 19.03.2018 № 504);

- Наказ Міністерства охорони здоров'я України «Про затвердження Порядку вибору лікаря, який надає первинну медичну допомогу, та форми декларації про вибір лікаря, який надає первинну медичну допомогу» (від 19.03.2018 № 503) та ін.

На рівні регіону директивну інформацію отримують з таких джерел: нормативно-правові акти та розпорядження голови районної ради та начальника Департаменту охорони здоров'я Дніпропетровської обласної державної адміністрації, які включають дані щодо норм та умов ліцензування та акредитації медичних закладів, дані руху лікарських препаратів та ін..

Джерелами збору наукової інформації в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є спеціалізовані наукові медичні періодичні видання, де в статтях наведені знання та практичні навички, які були отримані медичними робітниками під час своєї діяльності та за результатами підвищення своєї кваліфікації.

Внутрішньою інформацією Центру являються дані про діяльність закладу. Такі внутрішні дані відображаються у:

- звіті про кількість захворювань, які виявлені у пацієнтів, що проживають у районі обслуговування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»;

- звіт про кількість травм, отриманих, та отруєнь серед дорослого населення, підлітків та дітей;

- звіт про наявні медичні кадри у закладі;

- звіт про непрацездатність та причини її виникнення;

- звіт про хворих на онкологічні хвороби;

- звіт про медичну допомогу дітям тощо.

В сучасних умовах особливого значення набуває маркетингова інформація, яка збирається з метою прийняття оптимальних управлінських рішень на основі даних про внутрішнє і зовнішнє середовище (макросередовище) підприємства.

Для ефективного збору, обробки та аналізу маркетингової інформації існує маркетингова інформаційна система (рис. 2.5).

<i>Управляючі маркетингом</i>	МІС			<i>Маркетингове середовище</i>
Аналіз	Оцінювання потреб в інформації	Система внутрішньої звітності закладу	Здійснення маркетингової розвідки	Цільовий ринок
Планування				Канали маркетингу
Реалізація	Розподіл інформації	Аналіз інформації	Маркетингові дослідження	Конкуренти
Організація				Громадськість
Контроль				Макроекономічні фактори

Маркетингові рішення та комунікація

Рис. 2.5. Система маркетингової інформації

Важливим складовим дослідження інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» являється аналіз стану інформатизації закладу, що стосується рівня забезпеченості спеціальним технічним обладнанням.

Нами було проведено дослідження стану матеріально-технічного забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», за результатами якого заклад повністю забезпечений персональними комп'ютерами та необхідними приладами та технікою. Разом з тим, існує певна проблема з постійним доступом до мережі Інтернет і, як наслідок, виникає непостійний доступ до локальної мережі закладу. Ці обставини негативно впливають на швидкість доступу до інформації та її обмін між медичними внутрішніми підрозділами та між медичним закладом та пацієнтом, що заважає підтримці ефективного та продуктивного комунікаційного процесу та взаємодії.

Що стосується комунікації КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» з головною цільовою аудиторією – пацієнтом, то даний напрямок включає такі заходи:

- комунікаційний зв'язок із широкими колами громадськості з метою профілактики найпоширеніших захворювань;

- інформування про заходи з проведення діагностики хвороб та їх профілактики;
- надання інформації про можливість та місця безпосереднього надання медичної допомоги при випадках гострих розладів фізичного чи психічного стану людини;
- надання інформації про проведення необхідних медичних операцій;
- надання інформації про необхідність вакцинації населення відповідно до календаря профілактичних щеплень;
- надання дієвих рекомендацій для усунення шкідливих звичок по зловживанню алкоголем, по тютюнопалінню, нездоровому харчуванню, недостатній фізичній активності;
- формування серед населення навичок по здоровому способу життя;
- інформування про послуги паліативної допомоги, якої потребують пацієнти усіх вікових категорій;
- організація ведення необхідної медичної статистики, оформлення довідок, лікарняних листків та ін.

Нами виявлені канали комунікаційного взаємозв'язку КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» зі споживачами медичних послуг, з яких найбільш поширеними є - телефон та Інтернет. При використанні телефонного зв'язку пацієнт отримує інформацію стосовно вибору свого сімейного лікаря, алгоритму укладення з ним контракту, інформацію про години прийому необхідними лікарями, або може поскаржитися на неправомірні дії лікарів, що не влаштовують замовника медичних послуг.

Другим каналом комунікаційної взаємодії КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» та пацієнта являється мережа Інтернет. Завдяки щогодинному доступу до електронної медичної системи Helsi, будь-який пацієнт звернутися до свого лікаря, ознайомитися з розкладом його роботи й, за необхідністю, записатися на прийом до нього. Крім того, пацієнт може мати доступ до своєї електронної медичної картки, бачити в електронному кабінеті результати своїх аналізів та діагностики, призначення ліків лікарем при лікуванні та сам план процесу лікування.

Одним з ефективних напрямів подальшого ефективного функціонування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є розробка впровадження системи електронної статистичної звітності з використанням сучасного програмного продукту «МедІнфоСервіс», що допоможе охопити автоматизації всі лікувальні процеси амбулаторно-поліклінічних й стаціонарних закладів. Медична інформаційна система «МедІнфоСервіс» є акредитованою МОЗ та підключеною до електронної системи «Е-Health».

В цілому, зазначені медичні інформаційні системи є досить зручними у використанні для медичного персоналу та для пацієнтів. Разом з тим, проблемою залишається все ж таки обмежений доступ та обізнаність користувачів медичних послуг сільської місцевості до мережі Інтернет.

Отже, аналіз стану інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» показав наявність певних недоліків стосовно технічного забезпечення функціонування закладу а також процесу організації комунікаційної взаємодії з зовнішнім (макросередовищем) і з внутрішнім середовищем. Це вимагає певних сучасних заходів з подальшої інформатизації діяльності закладу, підвищення ефективності комунікаційної системи з метою підтримки та розвитку дієвого взаємозв'язку.

Висновки до Розділу 2:

1. Досліджено організаційні та економічні умови функціонування Комунального підприємства «Дніпропетровський обласний медичний центр соціально значущих хвороб» Дніпропетровської обласної Ради, яке зареєстроване 30.01.2004 за юридичною адресою: 49115, м. Дніпро, вул. Бехтерева /1 Дніпропетровської об-ті.

Виявлено, що основним видом діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є:

- діяльність лікарняних закладів.

Також КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» виконує й інші види діяльності:

- діяльність в сфері зв'язків із громадськістю;

- дослідження та практичні розробки у галузі природничих і технічних наук;

- інші види професійної, наукової й технічної діяльності;

- участь в організації медичних конгресів та торговельних виставок.

- інші види освіти;

- надання всіх інших видів соціальної допомоги без надання послуг по проживанню.

2. Визначено, що головним сучасним завданням КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є формування пацієнтоорієнтованої моделі медичної допомоги. На практиці вона вимагає надання населенню кваліфікованої, якісної, доступної та безперервної медичної допомоги. виробнича спеціалізація господарства визначається питомою вагою товарної продукції.

3. Проведений аналіз стану надання медичної допомоги КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» свідчать, що у 2019 році з сімейними лікарями КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» було заключено 24778 декларацій, що складає 78,61% від всього обслуговуваного населення, а в звітному 2021 році цей показник становив 28235 (83,9% від всього обслуговуваного населення), що на 13,9 % перевищує дані за базовий 2019 рік.

Аналіз обсягів відвідувань КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» показав, що цей показник на протязі досліджуваного періоду скорочувався, хоча кількість пролікованих на денному стаціонарі та у стаціонарі вдома збільшувався відповідно 3,6 та 32,0 %. Однак, кількість ліжок на денному стаціонарі за 2019-2021 рр. є незмінною.

Однак, показник навантаження на одного лікаря-педіатра має низьке більш значення: у 2021 р. – 93 дитини, адже педіатр за медичними нормами може обслуговувати до 900 дітей-пацієнтів. Разом з тим зазначені норми обслуговування на одного сімейного лікаря та педіатра можуть бути більшими для лікарів сільських медичних закладів.

4. Констатовано, що фінансування діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» здійснюється з таких джерел:

- кошти місцевого бюджету;

- кошти державного бюджету у вигляді медичних внесків;

- кошти Національної служби здоров'я України (НСЗУ);
- інші позабюджетні кошти.

Представлені в роботі дані свідчать, що у 2021 р. порівняно з 2019 р. зросли надходження з НСЗУ майже в 4 рази. Також в звітному році збільшилася сума фінансування з місцевого бюджету в 6 разів. Однак, на одного мешканця цей показник знизився на 87,7 %. Значного зростання – на 50 % має показник залучених коштів.

5. Наші дослідження виявили, що склад підрозділів КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» вміщує інформаційно-аналітичний підрозділ. Його основною метою є надання необхідних інформаційно-комунікативних послуг. Основними видами діяльності даного підрозділу є:

- реалізація державної політики стосовно аспектів ведення та обліку медичної статистики;
- інформаційно-аналітичне забезпечення управління сферою охорони здоров'я в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»;
- впровадження в діяльність закладу сучасних інноваційних технологій.

6. Аналіз матеріально-технічного забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» показав, що заклад повністю забезпечений персональними комп'ютерами та необхідними приладами, діагностичними засобами та технікою. Разом з тим, існує певна проблема з постійним доступом до мережі Інтернет і, як наслідок, виникає непостійний доступ до локальної мережі закладу. Ці обставини негативно впливають на швидкість доступу до інформації та її обмін між медичними внутрішніми підрозділами та між медичним закладом та пацієнтом, що заважає підтримці ефективного та продуктивного комунікаційного процесу та взаємодії.

7. Визначено, що одним з ефективних напрямів сталого функціонування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є розробка впровадження системи електронної статистичної звітності з використанням сучасного програмного продукту «МедІнфоСервіс», що допоможе охопити автоматизацією всі лікувальні процеси амбулаторно-поліклінічних й стаціонарних закладів. Медична інформаційна система

«МедІнфоСервіс» є акредитованою МОЗ та підключеною до електронної системи «E-Health».

8. Аналіз стану інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» показав наявність певних недоліків стосовно технічного забезпечення функціонування закладу а також процесу організації комунікаційної взаємодії з зовнішнім (макросередовищем) і з внутрішнім середовищем. Це вимагає певних сучасних заходів з подальшої інформатизації діяльності закладу, підвищення ефективності комунікаційної системи з метою підтримки та розвитку дієвого взаємозв'язку.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ СИСТЕМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

3.1. Вдосконалення комунікаційного взаємозв'язку між медичним закладом та пацієнтами

Нами визначено, що показник ефективної та результативної діяльності інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» в значній мірі залежить від дієвості та якості функціонування всієї системи інформаційного забезпечення медичного закладу, рівня технічного забезпечення підприємства а також від кваліфікації медичних персоналу. Удосконалення системи інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» нами пропонується здійснювати за певними етапами на трьох рівнях (рис. 3.1).

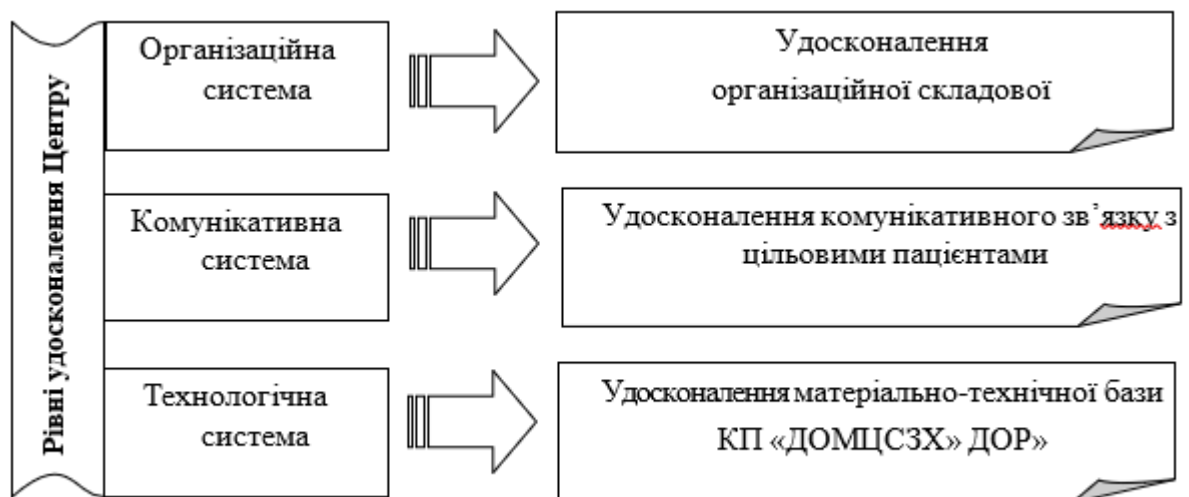


Рис. 3.1. Рекомендовані рівні удосконалення системи інформаційно-комунікативного забезпечення функціонування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Підвищення ефективності діяльності інформаційно-комунікативної системи нашого закладу передбачає існування того факту, що дана система діє при умові оптимального розподілу всіх інформаційних потоків між всіма учасниками цього процесу. Ефективність системи інформаційно-комунікативного забезпечення вимагає чіткого визначення основних складових комунікативного процесу в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» та всіх інформаційних потоків між всіма учасниками цього процесу.

Нами пропонуються такі складові системи інформаційно-комунікативного забезпечення:

- складова законодавчого забезпечення;
- складова організаційно-планового забезпечення;
- складова аналітично-статистичного забезпечення;
- складова контрольної-мотиваційна (Додаток А).

Складова законодавчого забезпечення включатиме всі інформаційні потоки, які вміщують нормативно-правові законодавчі акти а також міжнародні документи, які регламентують роботу медичних закладів. Ця інформація носитиме директивний характер.

Складова організаційно-планового забезпечення забезпечуватиме якісну роботу всієї інформаційної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» охорони здоров'я та здійснюватиме:

- повне забезпечення необхідною інформацією;
- організацію ефективного функціонування обліково-аналітичної складової;
- повну технічну автоматизацію робочого місця медичного працівника.

Ретельної уваги при діяльності організаційно-планової складової заслуговуватиме розробка якісного сучасного програмного забезпечення всього процесу інформатизації. Також необхідною буде розробка сучасних стандартів резервного копіювання інформації та забезпечення надійної системи її захисту. Для забезпечення надійного функціонування всієї організаційно-планової складової необхідно буде здійснювати періодичний аналіз кадрового забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» та організовувати дієву систему підготовки та навчання

медичних робітників, здатних працювати з сучасною технічно-інформаційною системою.

Складова аналітично-статистичного забезпечення створюватиме інформаційну базу для приведення в систему всієї медичної статистики в середині КП «ДОМЦСЗХ» ДОР». Дана складова включатиме такі основні дії:

1. Формування цілісної системи баз даних пацієнтів, прикріплених до обслуговування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» а також ведення обліку витрат та ресурсів закладу;
2. Реєстрація всіх пацієнтів, які обслуговується КП «ДОМЦСЗХ» ДОР».
3. Здійснення статистики захворюваності серед населення.
4. Ведення електронного обміну необхідною документацією між всіма підрозділами КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», керівництвом та органами влади.

Важливим аспектом при функціонуванні складової аналітично-статистичного забезпечення буде впровадження єдиної ефективної стандартної системи документообігу в медичній галузі. Дана система вимагатиме повної автоматизації системи збору та своєчасного руху статистичної медичної інформації між внутрішніми підрозділами закладу та приведення даної інформації до єдиної системи обробки, систематизації та класифікації.

Складова, яка виконує функцію контрольно-мотиваційного забезпечення, включатиме такі заходи:

- прийняття та впровадження необхідних управлінських рішень для ефективної діяльності системи інформаційно-комунікативного забезпечення;
- організацію та ведення системи контролю за втіленням цих рішень;
- формування та організація дієвої системи стимулювання медичних робітників з метою мотивації їх до сумлінного виконання своїх професійних обов'язків;
- здійснення контролю діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», який проводиться на основі існуючої та зібраної інформації.

Отже, представлений комплексний підхід із зазначеними складовими надасть КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» можливість оптимізувати свою інформаційно-

комунікативну систему. Головним завданням на рівні комунікації буде створення та підтримка дієвого діалогу між пацієнтом та медичним закладом. Отже, перспективний розвиток пацієнтоорієнтованої моделі на КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» потребуватиме певного уточнення при впровадженні зазначеної системи інформаційно-комунікативного забезпечення.

Інформаційно-комунікативна система при функціонуванні пацієнтоорієнтованої системи закладів охорони здоров'я визначається формуванням партнерських взаємозв'язків в моделі «пацієнт - лікар». Дана система взаємозв'язків вимагатиме двостороннього вирішення проблемних аспектів та прийняття узгоджених рішень стосовно необхідності подальшого лікування або надання профілактичних заходів.

Також необхідно відмітити, що пацієнтоорієнтована модель функціонує за принципом індивідуалізації надання медичної допомоги, тобто надання індивідуалізованих послуг, враховуючи стан здоров'я пацієнта та його потреби. Саме така система надання медичних послуг буде формувати довірливі взаємовідносини лікаря та пацієнта, що значно сприятиме успішному ефекту від проведеного лікування.

Формування дієвого взаємозв'язку медичного робітника з пацієнтом залежатиме від уваги лікаря до симптомів, які хвилюють пацієнта; від ступеня поінформованості пацієнта про процедуру лікування; від вміння лікаря надавати медичні послуги з індивідуальним підходом до кожного пацієнта, враховуючи його потреби, від психологічної підтримки пацієнта та його довіри пацієнта до медичного працівника.

Отже, формування ефективного комунікаційного двостороннього зв'язку між медичним закладом та населенням сприятиме:

- значному підвищенню якості та ефективності медичних послуг;
- підвищенню рівня продуктивності праці медичного персоналу;
- формуванню позитивного іміджу медичного закладу, його подальшого розвитку;

- вдосконаленню всієї існуючої в країні системи охорони здоров'я (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Складові елементи ефективного та дієвого діалогу між медичним робітником та пацієнтом

Нами пропонується з метою удосконалення інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» сформувати наступні блоки інформації, що забезпечить ефективну комунікативну взаємодію (рис. 3.3).

Дані рисунку свідчать, що в процесі двосторонньої комунікації між медичним закладом та пацієнтом існують два інформаційних потоки:

1. Інформація, яка надходить від пацієнта.
2. Інформація, що надходить від медичного закладу.

Так, дані від пацієнта включають такі два блоки:

1. Інформація з персональними даними пацієнта, яку за необхідністю вносять чи оновлюють в базі пацієнтів КП «ДОМЦСЗХ» ДОР».
2. Інформація про причини звернення до закладу.

Всю необхідна інформація, що доходить від медичного закладу до пацієнта доцільно поділити на три такі блоки:

1. Перший блок вміщує дані:

- про можливість використання всіх необхідних заходів по діагностиці стану здоров'я пацієнта (лабораторні аналізи та інструментальні дослідження);
- про можливість амбулаторного (стаціонарного) лікування (рис. 3.3).

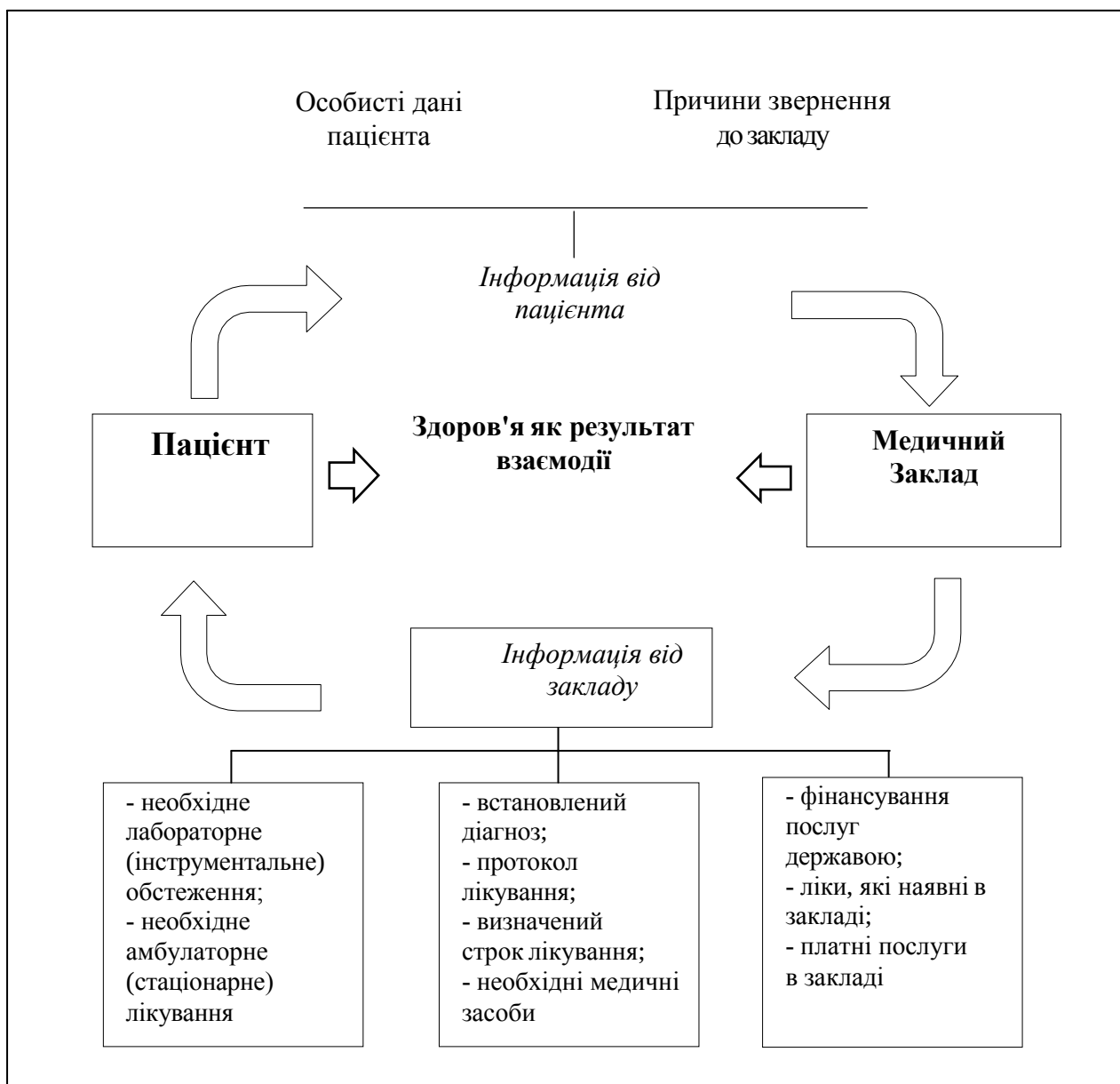


Рис. 3.3. Формування інформаційних блоків в системі комунікації КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

2. Другий інформаційний блок включає наступну інформацію:

- встановлення діагнозу;

- розробка плану лікування;
- визначення строку лікування;
- використання медичних препаратів та спеціальних технологій, які необхідно застосовувати в конкретних випадках лікування.

Саме ця інформація є найбільш важливою для пацієнта, оскільки від її точності та актуальності буде залежати кінцевий результат від проведеного лікування та взаємної комунікації.

3. Третій інформаційний блок включає всю інформацію про безоплатні та платні послуги, перелік яких надає медичний заклад а також відомості про лікарські препарати, наявні в закладі.

Разом з тим, удосконалення системи інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» передбачає оптимізацію комунікативного взаємозв'язку не лише з пацієнтами, а й з усіма цільовими сегментами (рис. 3.4).



Рис. 3.4. Схема комунікаційного взаємозв'язку між медичним закладом та цільовими сегментами населення

Тому в сучасних умовах важливо сформувати в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» таку дієву інформаційно-комунікаційну систему, яка буде враховувати всі сучасні форми та засоби ефективної комунікації, враховуючи потреби та матеріальні можливості цільових сегментів населення.

Дані рисунку 3.4 свідчать, що при комунікації медичного закладу з цільовими сегментами населення використовуються різні комунікаційні канали. Отже, при формуванні ефективної комунікаційної системи для цільових сегментів населення та пацієнт необхідно обґрунтовано підійти до вибору певного каналу, враховуючи головну мету – збереження здоров'я пацієнта та всього населення країни. Разом з тим, для інших цільових груп (державні органи влади; органи місцевого самоврядування та медичної системи; громадські та ін.) метою комунікації є – організація охорони здоров'я.

Наступним важливим рівнем удосконалення інформаційно-комунікативного забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є технологічний рівень.

Сьогодні сучасне технологічне оснащення інформаційно-комунікаційного процесу в медичній галузі відіграє важливу роль в підвищенні її ефективності.

Впровадження сучасних технологій надасть можливість КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» максимально автоматизувати збір, обробку, систематизацію та аналіз всієї медичної інформації, її використання в таких напрямках:

- ефективне управління в цілому медичною галуззю;
- якісне лікування пацієнтів;
- точне діагностування захворювань пацієнтів.

3.2. Вдосконалення технологічного забезпечення інформаційно-комунікативної системи медичного закладу

Прийняття та впровадження управлінських рішень в системі інформаційно-комунікативного забезпечення здійснюється на основі існуючої інформації, яка функціонує в цілому в управлінській системі. Для прийняття раціонального та ефективного рішення в діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» необхідно мати інформацію, яка б відповідала таким вимогам:

- достовірність отриманих даних;
- точність інформації;
- своєчасність отримання інформації;
- повнота інформації.

Таким критеріям повинна відповідати й інформація в медичній галузі. Проте, цим критеріям необхідно приділяти особливу увагу, так як від своєчасного отримання якісної інформації залежить здоров'я та іноді й життя людини.

Тому саме розвиток й впровадження в діяльність інноваційних інформаційних технологій, особливо в сферу діагностики захворювань та їх лікування, інформаційні дані про стан пацієнта, які одержані при використанні таких технологій, надали можливість отримати точну та своєчасну інформацію в найменші періоди часу. Саме це й робить управлінські рішення більш ефективними.

В інформаційно-комунікативній системі функціонування КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» впровадження сучасних інноваційних технологій та способів взаємозв'язку є необхідною умовою досягнення високого рівня поінформованості всього населення, пацієнтів та медичних робітників. Наші дослідження виявили, що такими технологіями є такі, які супроводжують ефективні комунікаційні взаємовідносини медичних організацій з цільовими пацієнтами а також

технології, що забезпечують технологічний процес надання медичних послуг, а саме:

- діагностичне медичне обладнання;
- лікувальне обладнання.

Зараз ВООЗ приділяє саме цьому питанню дуже велику увагу, зазначаючи про необхідність модернізації та подальшого ефективного використання медичних приладів для своєчасної профілактики хвороб, їх діагностики, лікування а також реабілітації пацієнтів.

При цьому необхідно відмітити, що ВООЗ ще у вересні 2010 року організувала Перший глобальний форум, присвячений питанню вдосконалення медичного обладнання. За результатами проведення форуму була створена всесвітня мережа по обміну сучасними знаннями та практичними набуттями в практиці та методиці використання та оцінки медичного устаткування, управління медичними технологіями збереження здоров'я та ін..

За добутками Першого глобального форуму та прийнятої у 2017 р. «Глобальної моделі нормативного регулювання ВООЗ для медичного обладнання, включаючи діагностичні медичні прилади *in vitro*» визначено, що важливим питанням розвитку медичної галузі є використання в ній інноваційних сучасних технологій, зокрема медичного обладнання.

Сьогодні в медичній галузі все ширше використовуються інноваційні сучасні інформаційні технології, які можна узагальнити за такими напрямками:

- сучасні інформаційні системи медичного закладу: загальнонаціональна система; локальні системи, тощо;
- консультативно-діагностична система;
- система надання медичних послуг: профілактика; лікування; реабілітація;
- телемедицина;
- експертні системи (рис. 3.5).

Впровадження в функціонування медичної галузі в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» інноваційних інформаційних технологій надасть значні переваги для медичних працівників і для населення.

Разом з тим, наше дослідження надало можливість виявити проблеми, які виникають при організації процесів впровадження та використання інноваційних інформаційних технологій в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР».



Рис. 3.5. Сучасні напрями використання інформаційних технологій в медицині

Перелік основних перспективних можливостей, які можуть відкритися для КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» представлений в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Основні перспективні можливості від використання сучасних інформаційних технологій в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Напрямок застосування	Можливості та переваги
Управлінсько – організаційна сфера	- оптимізація системи менеджменту з використанням сучасної інформаційної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», об'єднання в загальну національну інформаційну систему; - якісна підготовка медичних спеціалістів із впровадженням дистанційних інформаційних технологій
Господарсько-економічна сфера	- облік та контроль за використанням ресурсів КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»; - облік кількості виписаних рецептів та наданих медичних послуг; - оптимізація робочих процесів за рахунок більш повної автоматизації

	робочого місця та ведення всієї медичної статистики
Лікувально-діагностична сфера	- підвищення рівня якості та доступності для пацієнтів медичних послуг; - забезпечення отримання точних, своєчасних та об'єктивних результатів від проведення діагностичних заходів; - покращення в цілому якості медичної допомоги населенню
Комунікаційний взаємозв'язок	- формування дієвих та ефективних комунікаційних взаємовідносин з пацієнтами, органами влади та населенням; - формування професійних зв'язків з медичними колегами для обміну передовим сучасним досвідом

В таблиці представлено основні перспективні можливості від використання сучасних інформаційних технологій в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» від використання сучасних інформаційних технологій. В практиці медичних закладів їх є набагато більше.

Нами визначено, що стан забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» інформаційними технологіями та медичними приладами знаходиться на недостатньому рівні. Також проблемою для закладу є недостатнє забезпечення спеціальними кваліфікованими робітниками для обслуговування цих інформаційних технологій.

Як нами рекомендовано, здійснювати вдосконалення системи інформаційно-комунікаційного забезпечення доцільно за такими трьома напрямками (рівнями):

- організаційна система;
- комунікативна система;
- технологічна система.

Найбільшої уваги, на наш погляд, заслуговує питання вдосконалення технологічного рівня вдосконалення системи інформаційно-комунікаційного забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», а саме вдосконалення та оптимізація його матеріально-технічної бази.

Нами пропонується здійснити зазначений напрям вдосконалення на основі чотирьох основних складових:

- розширена комп'ютеризація всіх процесів діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»;
- впровадження сучасних телетехнологій медичного напрямлення;

- впровадження інноваційних технологій по проведенню діагностики;
- впровадження інноваційних (модернізація існуючих) лікувальних технологій (рис. 3.6).

Саме повна та ефективна комп'ютеризація всіх процесів функціонування закладу залишаться ще так званою не до кінця втіленою ідеєю. Також не завжди є повний та якісний доступ медичних закладів до Інтернет-мережі, що також необхідно вирішувати за допомогою державної політики в сфері інформатизації.

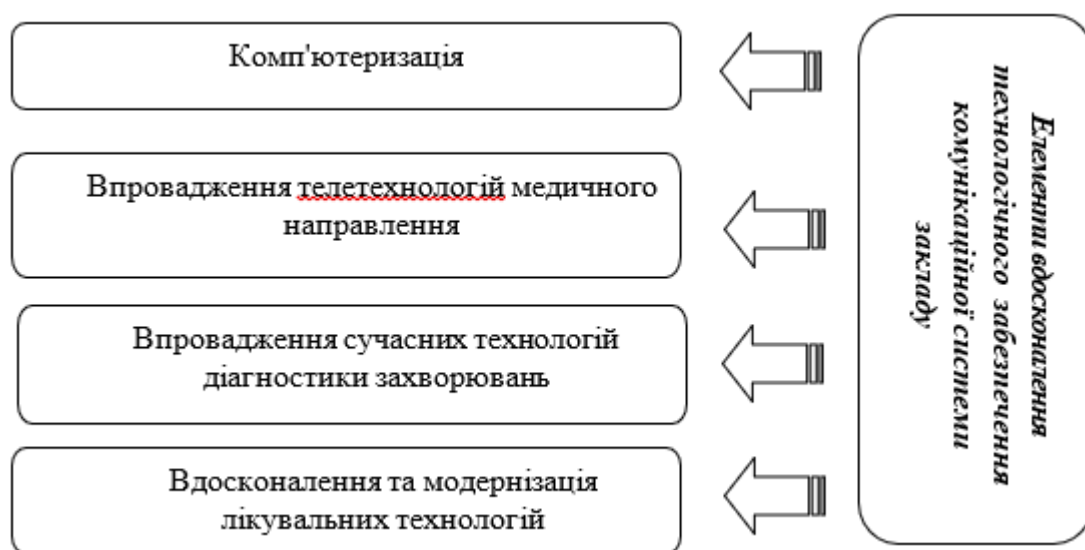


Рис. 3.6. Складові елементи вдосконалення технологічного забезпечення комунікаційної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Наступним елементом процесу вдосконалення виступає розробка та впровадження телемедичних технологій.

Як відмічає Баєва О.В., телемедичні технології – це: «...технології в галузі охорони здоров'я, які реалізуються із застосуванням телекомунікаційних технологій. До них відносять: лікувально-діагностичні консультації, управлінські технології, наукові та освітні технології, просвітницькі технології» [2, с.387].

Впровадження та використання телемедичних технологій в медичному закладі передбачатиме розвиток таких важливих заходів:

- проведення необхідних медичних консультацій в дистанційній формі;

- впровадження та розвиток системи обміну результатами від проведених обстежень пацієнта;
- організація та проведення медичних форумів, консилиумів, відеоконференцій, відеосемінарів з метою дистанційного навчання або підвищення кваліфікації медичних робітників та обміну між ними провідним світовим професійним досвідом.

Зазначені телемедичні технології позитивно сприятимуть дотриманню важливого принципу реформування галузі охорони здоров'я – принципу доступності послуг медицини для всіх.

Отже, ефективне та дійове функціонування важливих медичних систем діагностики та лікування хвороб вимагає інноваційних технологій, за допомогою яких отримують якісні та точні результати діагностики, що сприяє наданню якісної медичної допомоги.

Необхідний рівень надання медичних послуг значно залежить від своєчасної та якісної діагностики захворювань пацієнтів. Це стає можливим також за умов використання спеціального медичного обладнання.

Наші дослідження показали, що світова медицина сьогодні широко використовує сучасні апаратно-комп'ютерні системи медичного напрямку, головна мета яких - забезпечення автоматизованого збору необхідної інформації щодо існуючого стану хворого пацієнта, якісної обробки цієї інформації та можливого впливу на стан хворого. Такі апаратно-комп'ютерні системи при контакті з організмом хворого пацієнта здійснюють інформаційне забезпечення та повну автоматизацію процесів з якісної діагностики та лікування. За їх комплексний вплив апаратно-комп'ютерні системи часто вважають апаратно-комп'ютерними та мікропроцесорними медико-технологічними інформаційними системами [46].

Представлені технології вважають базовим рівнем, який здійснює інформаційну та технічну підтримку основних технологічних процесів. Їх робота вимагає використання сучасної обчислювальної комп'ютерної техніки,

спеціального медичного обладнання, інноваційної відео-техніки та інструментів зв'язку.

Видами таких медичних технологій є:

- спеціалізовані медичні системи контролю за станом хворих пацієнтів;
- медичні системи комп'ютерного аналізу даних, отриманих від проведення послуг томографії, ультразвукової діагностики органів, ЕЕГ, ЕКГ та радіографії;
- медичні автоматизовані системи для аналізу даних від мікробіологічних та вірусологічних досліджень, аналізу пошкоджених клітин та тканин пацієнта.

Такі технології забезпечують значне підвищення якості проведення профілактики, діагностики та лікування захворювань, що є особливо позитивним в умовах масового обслуговування населення при недостатності часу та кількості необхідних кваліфікованих спеціалістів.

Тому впровадження сучасних інноваційних медичних технологій, які повністю забезпечують якісну та швидку діагностику та лікування сьогодні являється одним з найважливіших питань медичної галузі України.

В сучасних умовах проведення реформ в медичній галузі передбачає створення та розвиток ринку медичних послуг, де більш конкурентоспроможними та успішними будуть такі медичні заклади, які використовують сучасні інноваційні медичні технології.

Результати наших досліджень виявили певні проблеми в діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», пов'язані з процесами впровадження та використання інноваційних медичних інформаційних технологій. Головними причинами цих проблем, насамперед, є недостатній рівень фінансування галузі в аспекті оновлення технологічної бази медичного закладу. В цьому аспекті немаловажну роль відіграє процес розробки необхідного сучасного програмного забезпечення та інноваційних технологій використання медичних приладів, а саме:

- застарілі стандарти використання технологій та медичного обладнання;
- відсутність у окремих медичних робітників, а іноді й у керівників, бажання усвідомлювати важливість даного питання та ін..

Отже, вдосконалення технологічного забезпечення на основі впровадження сучасних технологій або їх модернізації забезпечить ефективність інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», значно покращить результати діяльності закладу, підвищить якість надання медичних послуг, створить необхідні сприятливі умови для більш повного задоволення потреб пацієнтів.

3.3. Ефективність від запропонованих заходів по вдосконаленню технічного рівня інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Оскільки збереження здоров'я населення це - найбільша цінність для країни, то головним питанням для кожного медичного закладу постає найбільш повне забезпечення доступу кожного до надання якісних медичних послуг.

Очевидно, що саме наявність сучасних інноваційних медичних приладів забезпечить здійснення своєчасних та якісних діагностичних обстежень пацієнтів.

Перелік медичних послуг, які надає КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» включає підтримку стану здоров'я людини за допомогою здійснення лабораторних та інструментальних досліджень, що проводяться згідно з галузевими стандартами у медичній сфері. Разом з тим, наше дослідження показало, що існують певні проблеми в наданні зазначеної послуги:

1. Застаріле спеціальне медичне обладнання, що використовується при діагностичних та лікувальних заходах у дорослих та дитячих пацієнтів.

2. Надмірна навантаженість на роботу діагностичних центрів, що спричиняє затримку в обробці матеріалу та довгий час очікування результатів від проведених досліджень. Саме ця проблема викликала значне збільшення кількості захворювань на коронавірусну хворобу в 2019 році, й відповідно поширення пандемії коронавірусу.

Сьогодні КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» надає послуги 30123 населенню Дніпропетровської області. З метою проведення необхідних обстежень та діагностики захворювань в закладі функціонує клініко-діагностична лабораторія.

Ми виявили, що останні роки відображають тенденцію до зменшення обсягу державного та місцевого фінансування медичної системи в цілому. Основну частину коштів направляють, переважно, на:

- заробітну плату медичних робітників;
- оплату за енергоносії, використання комунальних послуг;
- часткове забезпечення закладів основними необхідними лікарськими препаратами.

Це призводить до використання застарілого медичного обладнання, яке має вже довгий термін використання й не завжди відповідає стандартам і нормам сучасних обстежень. Тому велика частина населення змушені звертатися за наданням такого роду послуг до в приватних лабораторій.

Для модернізації функціонуючої консультативно-діагностичної лабораторії КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» ми пропонуємо обладнати її більш сучасним лабораторним обладнанням:

- сучасний гематологічний аналізатор;
- біохімічний аналізатор;
- імуноферментний аналізатор;
- сучасний мікроскоп.

За допомогою такого обладнання можна буде здійснювати такі обстеження:

- загальний аналіз крові;
- загальний аналіз сечі;
- аналіз крові на вміст цукру;
- аналіз крові на загальний холестерин та ін. види важливих лабораторних обстежень. Також таке обладнання допоможе швидко зробити тести та отримати їх результати на:

- ВІЛ;
- гепатити В і С;

- тропоніни.

Дані види обстежень зможуть бути проведені безкоштовно за направленням сімейного лікаря та за власні кошти пацієнта.

Таке сучасне лабораторне обладнання забезпечить отримання більш якісних і швидких результатів від проведеної лабораторної діагностики, яке сприятиме своєчасному та якісному лікуванню зазначених захворювань та зниженню смертності серед населення.

Результати точної та своєчасної лабораторної діагностики сприятимуть швидкому наданню послуг по лікуванню.

Розрахунок економічної ефективності оновлення медичного обладнання здійснено на основі обчислення витрат на його придбання та доставку. Для функціонування нового обладнання необхідно буде придбати спеціальні нові лабораторні меблі. На транспортування нового обладнання буде приходиться 4-5 % від вартості обладнання.

Розрахунок витрат на придбання нового обладнання представимо в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Розрахунок витрат на придбання нового лабораторного обладнання

Перелік обладнання	Ціна за од., тис. грн.	Кількість од., шт.	Вартість, тис. грн	Витрати на доставку тис. грн.	Первісна вартість, тис. грн.
Гематологічний аналізатор BC-3200	289,16	1	289,16	11,57	300,73
Біохімічний аналізатор RT 200CPLUS	201,30	1	201,30	8,05	209,35
Бінокулярний біологічний мікроскоп MCX100 CROCUS з інтегрованою відеокамерою	178,48	1	178,48	7,14	185,62
Лабораторні меблі: - медична тумба; - лабораторний стіл	3,678 6,124	1 1	3,678 6,124	0,15 0,24	3,828 6,364

Аналізатор імуноферментний Immunochem-2100	186,03	1	186,03	7,44	193,47
Всього:	864,772	6	864,77	34,59	899,36

Розрахована вартість даного проекту дорівнює - 899,36 тис. грн.

Основними джерелами фінансування даного проекту будуть кошти державного та місцевого бюджетів. Також додатковими джерелами можуть бути ресурси Національної служби здоров'я України та ін. кошти, які не є забороненими законодавством та кошти з міжнародних фондів (гранти та всяляка технічна міжнародна допомога: консалтинг, експертиза, результати дослідження, надання спеціального обладнання.

Так, в сьогоденні в медичній галузі функціонує спеціальний проект - Український фонд соціальних інвестицій. Головний напрямок діяльності проекту - сприяння підвищенню ефективності центрів первинної медичної допомоги за рахунок постачання та оновлення медичних приладів та реконструкції підрозділів КП «ДОМЦСЗХ» ДОР». В цілому фінансовий бюджет проекту дорівнює 14,35 млн. євро. Максимальний розмір допомоги може становити до 200 тис. євро., які можуть бути направлені на підтримку функціонування центрів первинної медико-санітарної допомоги та медичним амбулаторіям.

Також вагомим вкладом в розвиток КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» може бути фінансова допомога від міжнародних фондів. Однією такою допомогою є японська програма людської безпеки - «Кусаноне». Максимальна сума, на яку може надаватися фінансова допомога складає до 60 тис. дол. та може бути направлена на:

- будівництво або реконструкцію споруд медичних закладів;
- модернізацію: надання сучасного медичного або виробничого обладнання;
- утеплення фасадів споруд, вікон та дахів медичних закладів;
- використання енергоощадних технологій та ін..

Таким чином, нами прогнозується наступна ситуація, що до КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» будуть надходити фінансові кошти з місцевого та державного бюджету (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Очікувані джерела фінансування проекту модернізації медичної галузі

Джерела фінансування	Сума, тис. грн.	% від загальної вартості проекту
Медична субвенція	494,65	55
Бюджет ОТГ	404,71	45

Очевидно, що окрема частина всіх необхідних лабораторних досліджень, які проводяться клініко-діагностичною лабораторією КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» здійснюється безкоштовно для пацієнтів. Однак, при значному збільшенні числа громадян, які хочуть зробити лабораторне дослідження без направлення сімейного лікаря, то така частина досліджень оплачуватиметься самими пацієнтами, що відбуватиметься згідно з Постановою КМУ «Про затвердження переліку платних послуг, які надаються в державних і комунальних закладах охорони здоров'я та вищих медичних навчальних закладах» [37].

На сьогоднішній день первинна медична допомога може надавати безкоштовні медичні послуги, а саме стосовно:

- загального аналізу крові;
- аналізу сечі;
- аналізу крові на вміст цукру;
- аналізу крові на загальний холестерин;
- швидкого тесту на вагітність;
- швидкого тесту на тропонін;
- швидких тестів на ВІЛ, вірусні гепатити.

В Додатку Б нами представлений прейскурант цін на медичні послуги, які надаються на платній основі в лабораторіях КП «ДОМЦСЗХ» ДОР».

Подальше дослідження направлене на визначення періоду, за який будуть відшкодовані інвестиції в запропонований проект.

В цілому, поняття окупність – це проміжок часу, який необхідний для повного відшкодування капіталовкладень за рахунок надходжень від їх використання.

Показник періоду окупності визначається за формулою (3.1):

$$T = \frac{IC}{ЧГП} \quad (3.1)$$

де: T – термін окупності проекту;

IC – розмір капіталовкладень;

ЧГП– чистий грошовий потік, отриманий від реалізації проекту.

З метою розрахунку грошових надходжень визначаємо середню ціну, яка встановлюється на медичні послуги у вигляді лабораторних й біохімічних аналізів. Для КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» середня ціна цих послуг становить 89 грн..

Припустимо, що оптимальна кількість медичних послуг наданих в день за середньою ціною дорівнюватиме – 28.

Звідси, отриманий дохід від реалізації послуг за один місяць буде в розмірі – 19,92 тис. грн., а дохід, отриманий від реалізації платних медичних послуг за рік – 239,04 тис. грн..

Нами визначено, що оновлення медичного обладнання призведе до збільшення рівня амортизаційних відрахувань за рік.

Для даного лабораторного обладнання припустимий строк його ефективного використання - 5 років. Звідси, річний показник норми амортизаційних відрахувань становитиме – 20 % (або 1/5). Амортизаційні відрахування (AB) за один рік розрахуємо за формулою (3.2):

$$AB = (\text{Первинна вартість нового обладнання} - \text{Залишкова вартість демонтованого обладнання}) \times 0,2 \quad (3.2)$$

Згідно з Наказом МОЗ України «Про затвердження Примірного статуту Центру первинної медико-санітарної допомоги» [38], КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» має право самостійно реалізовувати свої застарілі прилади та обладнання. Відповідно до чого, передбачається отримати від ліквідації цих приладів 32 тис. грн..

Отримані результати підставимо в формулу (3.2):

$$AB = (899360 - 21000) \times 0,2 = 175,67 \text{ тис. грн.}$$

Грошовий потік, отриманий отриманий від реалізації проекту буде дорівнювати = Чистий прибуток + амортизаційні відрахування.

При цьому врахуємо той аспект, що КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» відноситься до неприбуткових організацій, то при розрахунку ЧГП не буде враховано оподаткування.

$$\text{ЧГП} = 239,04 + 175,67 = 414,71 \text{ тис. грн.}$$

Таким чином, розрахований показник чистого грошового потоку за роки експлуатації оновленого медичного обладнання дорівнює 414,71 тис. грн.

Розраховані показники дозволять нам визначити окупності нашого проекту по модернізації існуючого медичного обладнання за формулою (3.1).

$$T = 899,36 / 414,71 = 2,17 \text{ років}$$

На основі розроблених рекомендацій нами нами побудована таблиця 3.4.

Таблиця 3.4

Рекомендації з удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Заходи	Зміст заходу	Прогнозований результат
--------	--------------	-------------------------

1. Використання комплексного підходу до удосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи медичного закладу	Удосконалення управління інформаційно-комунікативною системою закладу на трьох рівнях: - організаційному; - комунікативному; - технологічному	Оптимізація організаційного аспекту управління інформаційно-комунікативною системою медичного закладу. Формування ефективного комунікаційного зв'язку з цільовими сегментами населення
2. Рекомендації по удосконаленню технологічного рівня інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»	Розробка та впровадження складових елементів інформаційно-комунікативної системи закладу на технологічному рівні	Оптимізація технологічного забезпечення інформаційно-комунікативної системи центру первинної медико-санітарної допомоги
3. Рекомендації по модернізації медичного обладнання, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності закладу на ринку медичних послуг	Оновлення матеріально-технічної бази закладу шляхом закупівлі та використання сучасних й інноваційних лабораторних приладів за кошти державного та місцевого бюджетів	Забезпечення прийняття ефективних управлінських рішень в системі інформаційно-комунікативної політики та покращення якості та своєчасності надання медичних послуг при використанні інноваційних лабораторних приладів

Таким чином, розрахований показник терміну окупності запропонованого проекту по оновленню медичного забезпечення необхідними приладами діагностичної лабораторії КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» дорівнює 2,17 року. Це підтверджує доцільність реалізації нашого проекту та сприятиме в подальшому підвищенню ефективності медичного закладу, його конкурентоспроможності на ринку медичних послуг а також більш повному та якісному задоволенню потреб населення в галузі охорони здоров'я.

Висновки до Розділу 3:

1. Визначено, що показник ефективної та результативної діяльності інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» в значній мірі залежить від дієвості та якості функціонування всієї інформаційної системи медичного закладу, рівня технічного забезпечення підприємства а також від кваліфікації медичних персоналу. Удосконалення інформаційно-комунікативної

системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» нами пропонується здійснювати за певними етапами на трьох рівнях:

- організаційна система;
- комунікативна система;
- технологічна система.

2. Досліджено, що формування дієвого взаємозв'язку медичного робітника з пацієнтом залежатиме від уваги лікаря до симптомів, які турбують пацієнта; від ступеня поінформованості його про процедуру лікування; від вміння лікаря своєчасно та якісно надавати необхідні медичні послуги з індивідуальним підходом до кожного пацієнта, враховуючи його потреби, від психологічної підтримки пацієнта та його довіри пацієнта до медичного працівника.

Формування ефективного комунікаційного двостороннього зв'язку між медичним закладом та населенням сприятиме:

- підвищенню якості та ефективності медичних послуг;
- підвищенню рівня продуктивності праці медичних працівників;
- формуванню позитивного іміджу медичного закладу, його подальшого розвитку;
- вдосконаленню всієї існуючої в країні системи охорони здоров'я.

3. Відмічено, що удосконалення системи інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» передбачає оптимізацію комунікативного взаємозв'язку не лише з пацієнтами, а й з усіма цільовими сегментами. Тому в сучасних умовах важливо сформувати в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» таку дієву інформаційно-комунікаційну систему, яка буде враховувати всі сучасні форми та засоби ефективної комунікації, враховуючи потреби та матеріальні можливості цільових сегментів населення.

При комунікації медичного закладу з цільовими сегментами населення використовуються різні комунікаційні канали. Отже, при формуванні ефективної комунікаційної системи для цільових сегментів населення та пацієнт необхідно обгрунтовано підійти до вибору певного каналу, враховуючи головну мету – збереження здоров'я пацієнта та всього населення країни. Разом з тим, для інших

цільових груп (державні органи влади; органи місцевого самоврядування; органи медичної системи; громадські та ін.) метою комунікації є – організація охорони здоров'я.

4. Досліджено, що найбільшої уваги, на наш погляд, заслуговує питання вдосконалення технологічного рівня існуючої системи інформаційно-комунікаційного забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», а саме вдосконалення та оптимізація його матеріально-технічної бази.

Нами запропоновано здійснити зазначений напрям вдосконалення на основі чотирьох основних складових:

- розширена комп'ютеризація діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»;
- впровадження сучасних телетехнологій медичного напрямлення;
- впровадження інноваційних технологій по проведенню діагностики;
- впровадження інноваційних (модернізація існуючих) лікувальних технологій.

5. Для модернізації функціонуючої консультативно-діагностичної лабораторії КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» ми пропонуємо обладнати її більш сучасним лабораторним обладнанням:

- сучасний гематологічний аналізатор;
- біохімічний аналізатор;
- імуноферментний аналізатор;
- сучасний мікроскоп.

Розрахована вартість даного проекту дорівнюватиме - 899,36 тис. грн.

Таке сучасне лабораторне обладнання забезпечить отримання більш якісних і швидких результатів від проведеної лабораторної діагностики, яке сприятиме своєчасному та якісному лікуванню зазначених захворювань та зниженню смертності серед населення.

6. Розраховано показник терміну окупності запропонованого проекту по оновленню медичного забезпечення необхідними приладами діагностичної лабораторії КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», який дорівнює 2,17 року. Це підтверджує доцільність реалізації нашого проекту та сприятиме в подальшому підвищенню

ефективності медичного закладу, його конкурентоспроможності на медичному ринку та більш повному та якісному задоволенню потреб населення в збереженні свого здоров'я.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведені магістерські дослідження дозволяють нам зробити такі висновки:

1. Досліджено, що сучасні тенденції формування та розвитку інформаційно-комунікативних технологій вносять певні корективи в управління медичними закладами, що є поштовхом для подальших досліджень в цьому аспекті.

Стрімкий інноваційний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій спонукає до актуалізації проблеми їх впровадження та активного використання в медичній галузі. Активний процес інформатизації медицини створює передумови для її ефективного реформування.

2. Визначено, що використання сучасних маркетингових інформаційно-комунікативних технологій в діяльності закладів охорони здоров'я країни є одним із найважливіших та необхідних інструментів ефективної організації їх діяльності, планування процесів своєчасного лікування та діагностики захворювань й забезпечення надання своєчасних якісних медичних послуг населенню. Саме ці положення свідчать про актуальність питання впровадження та вдосконалення інформаційно-комунікативної системи в діяльність закладів охорони здоров'я.

3. Об'єктом магістерського дослідження є процеси формування, організації та вдосконалення маркетингової інформаційно-комунікативної системи Комунального підприємства «Дніпропетровський обласний медичний центр соціально значущих хвороб» Дніпропетровської обласної ради м. Дніпро.

Комунальне підприємство «Дніпропетровський обласний медичний центр соціально значущих хвороб» Дніпропетровської обласної Ради (в подальшому КП «ДОМЦСЗХ» ДОР) зареєстроване 30.01.2004 за юридичною адресою: 49115, м. Дніпро, вул. Бехтерева /1 Дніпропетровської області.

4. Основним видом діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є:

- діяльність лікарняних закладів.

Також КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» виконує й інші види діяльності:

- діяльність в сфері зв'язків із громадськістю;
- дослідження та практичні розробки у галузі природничих і технічних наук;
- інші види професійної, наукової й технічної діяльності;
- участь в організації медичних конгресів та торговельних виставок.
- інші види освіти;
- надання всіх інших видів соціальної допомоги без надання послуг по проживанню.

Головним сучасним завданням КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» є формування пацієнтоорієнтованої моделі медичної допомоги.

5. Проведений аналіз стану надання медичної допомоги КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» свідчать, що у 2019 році з сімейними лікарями КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» було заключено 24778 декларацій, що складає 78,61% від всього обслуговуваного населення, а в звітному 2021 році цей показник становив 28235 (83,9% від всього обслуговуваного населення), що на 13,9 % перевищує дані за базовий 2019 рік.

Аналіз обсягів відвідувань КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» показав, що цей показник на протязі досліджуваного періоду скорочувався, хоча кількість пролікованих на денному стаціонарі й вдома за досліджуваний період збільшувалася відповідно на

3,6 та 32,0 %. Однак, кількість ліжок на денному стаціонарі за 2019-2021 рр. є незмінною.

Однак, показник навантаження на одного лікаря-педіатра має низьке більш значення: у 2021 р. – 93 дитини, адже педіатр за медичними нормами може обслуговувати до 900 дітей-пацієнтів. Зазначені норми обслуговування на одного сімейного лікаря та лікаря-педіатра можуть бути більшими для тих лікарів, працюючих у сільських медичних закладах.

4. Констатовано, що фінансування діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» здійснюється з таких джерел:

- кошти місцевого бюджету;
- кошти державного бюджету у вигляді медичних субвенцій;
- кошти Національної служби здоров'я України (НСЗУ);
- інші позабюджетні кошти.

Представлені в роботі дані свідчать, що у 2021 р. порівняно з 2019 р. зросли надходження з НСЗУ майже в 4 рази. Також в звітному році збільшився обсяг фінансування з місцевого бюджету майже в 6 разів. Однак, на одного мешканця цей показник знизився на 87,7 %. Значного зростання – на 50 % має показник залучених коштів.

5. Дослідження стану інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» виявили, що в склад підрозділів КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» входить інформаційно-аналітичний підрозділ. Головною метою даного підрозділу є надання інформаційно-комунікативних послуг, а саме:

- реалізація державної політики стосовно такого аспекту як ведення медичної статистики;
- інформаційно-аналітичне забезпечення управління сферою охорони здоров'я в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»;
- впровадження та ефективне використання інноваційних технологій в медичній системі закладу.

6. Аналіз існуючої інформаційно-комунікативної системи КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» показав наявність певних недоліків стосовно технічного забезпечення

функціонування закладу а також процесу організації комунікаційної взаємодії з зовнішнім (макросередовищем) і з внутрішнім середовищем. Це вимагає певних сучасних заходів з подальшої інформатизації діяльності закладу, підвищення ефективності комунікаційної системи з метою підтримки та розвитку дієвого взаємозв'язку.

Отже, з метою подальшого підвищення ефективності існуючої інформаційно-комунікативної системи закладу на ринку медичних послуг нами пропонується:

1. Удосконалення системи інформаційно-комунікативного забезпечення діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» нами пропонується здійснювати за певними етапами на трьох рівнях:

- організаційна система;
- комунікативна система;
- технологічна система.

2. Оптимізувати комунікативний взаємозв'язок не лише з пацієнтами, а й з усіма цільовими сегментами. Тому в сучасних умовах важливо сформуванню в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» таку дієву інформаційно-комунікаційну систему, яка буде враховувати всі сучасні форми та засоби ефективної комунікації, враховуючи потреби та матеріальні можливості цільових сегментів населення.

При комунікації медичного закладу з цільовими сегментами населення використовуватимуться різні комунікаційні канали. При формуванні ефективної комунікаційної системи для цільових сегментів населення та пацієнт необхідно обґрунтовано підійти до вибору певного каналу, враховуючи головну мету – збереження здоров'я пацієнта та всього населення країни. Разом з тим, для інших цільових груп (державні та місцеві органи влади; органи медичної системи; громадські органи та ін.) метою комунікації є – належна організація всієї системи охорони здоров'я.

3. Вдосконалити технологічний рівень існуючої системи інформаційно-комунікаційного забезпечення КП «ДОМЦСЗХ» ДОР», а саме вдосконалити та оптимізувати його матеріально-технічну базу.

Нами запропоновано здійснити зазначений напрям вдосконалення на основі чотирьох основних складових:

- розширена комп'ютеризація всіх процесів діяльності КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»;
- впровадження сучасних телетехнологій медичного напрямлення;
- впровадження інноваційних технологій по проведенню діагностики;
- впровадження інноваційних (модернізація існуючих) лікувальних технологій.

4. Модернізувати функціонуючу консультативно-діагностичну лабораторію КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» за рахунок придбання більш сучасного лабораторного обладнання:

- сучасного гематологічного аналізатора;
- біохімічного аналізатора;
- імуноферментного аналізатора;
- сучасного мікроскопу.

Розрахована вартість даного проекту дорівнюватиме - 899,36 тис. грн.

Таке сучасне лабораторне обладнання забезпечить отримання більш якісних і швидких результатів від проведеної лабораторної діагностики, яке сприятиме своєчасному та якісному лікуванню зазначених захворювань та зниженню смертності серед населення.

6. Розрахований в роботі показник терміну окупності запропонованого проекту по оновленню медичного забезпечення необхідними приладами діагностичної лабораторії КП «ДОМЦСЗХ» ДОР» дорівнює 2,17 року. Це підтверджує доцільність реалізації нашого проекту та сприятиме в подальшому підвищенню ефективності медичного закладу, його конкурентоспроможності на медичному ринку та більш повному та якісному задоволенню потреб населення в збереженні свого здоров'я.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артамонова Н. Сучасні тенденції розвитку наукової медичної інформації
Сучасні тенденції розвитку наукової медичної інформації. Вісник Книжкової палати. 2009. № 8. С. 27-30.
2. Баєва О.В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я: навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2008. 640 с.
3. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств: піруч. Донецьк: В-во Дон. ДУЕТ, 2009. 246 с.
4. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: навч. посіб.— К.: ВД «Професіонал», 2004. 288 с.
5. Балабанова Л.В. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / за ред. Л.В. Балабанової. — 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2004. 354 с.

6. Балабанова Л.В. Управління збутовою політикою: навч. посіб. / Л. В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
7. Богомолова І.П. Ефективність організаційної структури управління маркетингом як спосіб підвищення конкурентоспроможності підприємствами. Управління персоналом. 2008. № 17. С.47-51.
8. Буряк П.Ю. Маркетинг: навч. посіб. / П.Ю. Буряк, Б.А. Карпінський, Я.Ю. Карпова. – Львів: Професіонал. 2008. 318 с.
9. Васильченко Л. С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48-2. С. 27-30.
10. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підручник. Київ : КНЕУ, 2009. 328 с.
11. Гужва В. М. Інформаційні системи і технології на підприємствах : навч. посіб. – Київ : КНЕУ, 2001. 400 с.
12. Данько В. В. Удосконалення системи управління закладами охорони здоров'я на інноваційних засадах. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. № 2. Том 30 (69). С. 102-111.
13. Зайцев Ю.О. Інноваційна маркетингова діяльність в системі управління конкурентоспроможністю суб'єктів агробізнесу. Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2017. № 3. С. 64-71.
14. Івченко Є.А. Дослідження підходів щодо визначення сутності маркетингової стратегії підприємства. Механізм регулювання економіки. 2009. № 4. С. 90–96.
15. Ільченко Т.В., Помазан Л.М. Маркетингова комунікаційна політика: сутність та особливості на промисловому підприємстві. Електронний фаховий журнал «Економіка та підприємство». 2022. № 43.
16. Гриценко Є.С. Розробка ефективної комунікаційної програми підприємства. Матеріали X Ювілейної Всеукраїнської науково-практичної Інтернет – конференції «Маркетинг як найважливіша складова функціонування

системи аграрного бізнесу» (м. Дніпро, 25-26 жовтня 2022 р.): Дніпро: ПП Інтеграл, 2022. С. 40-42.

17. Кендюхов О. В. Оцінка ефективності маркетингової стратегії фірми / О. В. Кендюхов, С.М. Димитрова. – К. 2004. С. 98-102.

18. Клімова І. Г. Розробка ефективної маркетингової стратегії підприємства та управління процесом її реалізації. Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2009. № 5. С. 115–118.

19. Комарницький І. М. Теоретичні засади формування маркетингового менеджменту на підприємстві. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 3. Т. 2. С. 110-116.

20. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу / пер. з англ. Т.В. Клепоти, Н.И. Макарової, Н.Е. Метоль. 9-е вид. К.: Вільямс, 2003. 1200 с.

21. Ламбен Ж.-Ж. Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива. С.-П.: Наука, 2004. 589 с.

22. Левків Г.Я. Інформаційна складова інноваційного управління маркетинговою діяльністю підприємств АПК. Актуальні проблеми економіки. 2013. № 11(149). С. 214-221.

23. Лехан В. М. Яким повинен бути сучасний управлінець у сфері охорони здоров'я. Україна. Здоров'я нації. 2016. № 4(1). С. 139-145.

24. Мазоренко О. В. Методичні аспекти оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства. Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. 2013. № 52. С. 104–110.

25. Маркетинг: підручник / [Павленко А. Ф., Решетнікова І. Л., Войчак А. В. та ін.]; за наук. ред. А. Ф. Павленка; кер. авт. кол. І. Л. Решетнікова. К.: КНЕУ, 2008. 600 с.

26. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015 -2020 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://moz.gov.ua/strategija>

27. Наукова та інноваційна діяльність України у 2019 році: стат. збірник. Київ: Державна служба статистики України. 2020. 100 с.
28. Норіцина Н.І. Маркетингова політика комунікацій: Курс лекцій / Н.І. Норіцина. К.: МАУП, 2003. 120 с.
29. Окландер М.А., Литовченко І.Л., Ботушан М.І. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки: Монографія / М.А. Окландер, І.Л. Литовченко, М.І. Ботушан. – К.: Знання. 2011. 240 с.
30. Основи законодавства України про охорону здоров'я [Електронний ресурс] : Закон України № 4 від 1993– Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>
31. Павленко І.Г. Комунікаційна політика як елемент системи маркетингу підприємства у процесах сучасного комунікаційного суспільства. Академічний огляд. 2013. № 1 (38). С. 109-113.
32. Пелішенко В.П. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 200 с.
33. Пілько А.Д., Лукан О.М. Сучасні тенденції розвитку моделей маркетингових комунікацій. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2011. Випуск VII, Т.2. С. 253-260.
34. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: навч. посібн. К. : Єльга, Ника-Центр, 2003. 280 с.
35. Примак Т. О. Маркетинг : навчальний посібник. Київ : МАУП, 2004. 228 с.
36. «Про державні фінансові гарантії медичного обслуговування населення». Закон України №5 від 2018 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2168-19#Text>
37. «Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з медичної практики». Постанова КМУ № 285 від 02.03.2016 – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/285-2016-%D0%BF#Text>
38. «Про затвердження платних послуг, які надаються в державних і комунальних закладах охорони здоров'я та вищих медичних навчальних

зкладах». Постанова КМУ №1138 від 17 вересня 1996 р. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1138-96-%D0%BF#Text>

39. «Про затвердження Порядку формування спроможних мереж надання первинної медичної допомоги». Наказ МОЗ України № 178/24 від 06.02.2018 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0215-18#Text>

40. «Про інформацію». Закон України №48 від 1992 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

41. «Про схвалення Концепції реформи фінансування системи охорони здоров'я». Розпорядження КМУ №1013-р. від 30 листопада 2016 р. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249626689>.

42. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналіт. довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. Київ: УкрІНТЕІ. 2019. 80 с.

43. Стефанишин Л. Теоретико-методичні основи стратегічного управління закладом охорони здоров'я. – Режим доступу: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2019/30_2019_ukr/14.pdf

44. Терещенко Л.О. Інформаційні системи і технології в обліку: навч. посіб. / Л.О. Терещенко, І.І. Матієнко-Зубенко. – К.: КНЕУ, 2004. 187 с.

45. Філософський енциклопедичний словник. Довідкове видання /за ред. В. І. Шинкарук. Київ: Абріс, 2002. 742 с.

46. Фірсова О. Д. Механізми геоінформаційного забезпечення державного управління охороною здоров'я в Україні: дис. к-та ек. наук: 25.00.02 / Фірсова Оксана Дмитрівна. – Київ, 2016. 219 с.

47. Фрідріхсон Н. В. Іт-технології в медицині [Електронний ресурс] /Н. В. Фрідріхсон // – Режим доступу: <https://naukam.triada.in.ua/index.php/konferentsiji/42-dvanadtsyata-vseukrajinska-praktichno-piznavalna-internet-konferentsiya/462-it-tekhnologiji-v-meditsini>.

48. Fellows P. Processed foods for improved livelihoods: FAO Diversification booklet 5. – Rome, FAO, Viale delle Terme di Caracalla. 2004. 78 p.

49. Цивільний кодекс України від 18 червня 1963 р. Відомості Верховної Ради УРСР. – 1963. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15/conv/page>.

50. Шляхи розвитку української науки // Реферативний збірник матеріалів ЗМІ. – 2012. – №2 // www.nbuv.gov.ua.

51. Які дослідження можна зробити у закладах первинної медичної допомоги. – Режим доступу: <https://moz.gov.ua/article/health/jaki-doslidzhennja-mozhna-zrobiti-u-zakladah-pervinnoi-medichnoi-dopomogi>

52. www.inter.ua

53. www.korrespondent.net



Рис. Основні складові організаційного рівня процесу управління інформаційно-комунікаційною системою КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Таблиця

Ціни на медичні послуги в КП «ДОМЦСЗХ» ДОР»

Види лабораторних обстежень	Ціна, грн.
Клінічний аналіз крові	126,00
Клінічний аналіз сечі	73,00
Визначення загального білірубіну в сироватці крові	99,00
Визначення прямого білірубіну в сироватці крові	74,00
Визначення непрямого білірубіну в сироватці крові	112,00
Визначення активності Аланінамінотрансфери	38,00
Визначення активності Аспартамінотрансфери	41,00
Визначення вмісту сечовини за реакцією з саліцилатгіпохлоридом	66,00
Визначення кількості загального холестерину в сироватці або плазмі крові	70,00
Визначення кількості креатинину в сироватці або плазмі крові та сечі	46,00
Виявлення личинок гельмінтів методом Бермана	71,00
Виявлення демодекса на шкірі обличчя та повік	23,00
Забір біологічного матеріалу на ентеробіоз	25,00
Швидкий імунохроматичний тест для визначення антитіл до вірусу гепатиту С	53,00
Біохімічні дослідження	Ціна, грн
Визначення коефіцієнту атерогенності	23,00
Визначення кількості холестерину ліпопротеїдів низької щільності в сироватці або плазмі крові	23,00
Визначення активності лужної фосфатази	42,00
Визначення глюкози крові	43,00
Визначення активності гамма ГТ кінетика СПЛ	46,00
Визначення загальної активності альфа-амілази в сироватці, плазмі крові та сечі	48,00
Визначення вмісту тригліцеридів в сироватці або плазмі крові	62,00
Визначення вмісту холестерину ліпопротеїдів високої щільності в сироватці або плазмі крові	68,00
Визначення кількості сечової кислоти	69,00
Визначення кількості загального білку в сироватці або плазмі крові	71,00
Дослідження сечі по Нечипоренко	33,00