

Голові спеціалізованої вченої ради  
ДФ 11.051.016 у Донецькому  
національному університеті  
імені Василя Стуса,  
д.е.н., доценту,  
Савченко Марині Василівні

**ВІДГУК**

*офіційного опонента, кандидата економічних наук, доцента  
Іващенко Оксани Андріївни  
на дисертаційну роботу Міщук Анастасії Андріївни на тему:  
«Формування маркетингової конкурентної стратегії закладів  
на ринку медичних послуг»,  
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії  
з галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки»  
за спеціальністю 051 «Економіка»*

***Актуальність теми дисертаційної роботи***

Реформування системи охорони здоров'я в Україні набуває обертів і потребує від керівників закладів охорони здоров'я термінових заходів щодо пристосування до об'єктивних умов, які диктує ринок медичних послуг, та глобальних тенденцій, які впливають на його розвиток.

Кардинальні зміни в системі охорони здоров'я в бік її орієнтації на пацієнта, загострення питання про необхідність задоволення потреб споживачів медичними послугами високої якості в умовах обмеженості ресурсів природно обумовлюють невідкладність розроблення та впровадження нових стратегічних підходів.

Вільний вибір пацієнтом закладу і лікаря створюють на ринку медичних послуг конкурентну атмосферу. Зі зростанням ступеня конкуренції між закладами охорони здоров'я відповідно суттєво зростає роль маркетингового стратегічного планування в управлінні медичним закладом, завданням якого є опрацювання ефективної маркетингової конкурентної стратегії. В сучасних умовах стабільний, стійкий, конкурентний розвиток закладів охорони здоров'я може бути досягнутий лише в межах використання дієвої маркетингової конкурентної стратегії.

Приймаючи до уваги все вищезазначене, тема представленої дисертаційної роботи є актуальною. Розробка теоретико-методологічного забезпечення та практичних рекомендацій щодо формування маркетингової конкурентної стратегії закладів на ринку медичних послуг, що є метою

дисертаційної роботи Міщук А.А., має важливе наукове та практичне значення.

***Зв'язок теми дисертації з пріоритетними напрямками розвитку науки, державними та галузевими науковими програмами***

Підтвердженням актуальності дисертаційної роботи є виконання здобувачем науково-дослідної теми кафедри менеджменту та поведінкової економіки Донецького національного університету імені Василя Стуса «Інтегрований розвиток територій: кадрова, маркетингова та інноваційна складові» (номер держреєстрації 0117U006342, 2017-2020 рр.), у межах якої систематизовано маркетингові конкурентні стратегії закладів охорони здоров'я; розроблено алгоритм формування стратегій; удосконалено методичне та інформаційне забезпечення оцінювання якості медичних послуг на основі моделювання структурними рівняннями та розроблено рекомендації щодо формування маркетингової конкурентної стратегії закладів охорони здоров'я.

***Основні наукові положення, висновки і рекомендації, що сформульовані в дисертації, їх новизна, рівень обґрунтованості***

Для реалізації мети і завдань дисертаційної роботи використано комплекс взаємодоповнюючих методів наукового дослідження економічних процесів і явищ.

Оцінюючи найважливіші здобутки дисертаційного дослідження, варто вказати на наступні результати, що мають вагому наукову новизну та були отримані особисто дисертантом:

По-перше, окремої уваги заслуговує проведена дисертантом процедура оцінки якості медичних послуг на основі методики SERVPERF та формування низки моделей шляхом моделювання структурними рівняннями Structural Equation Modelling у програмному пакеті LISREL: «Сприйнята пацієнтом якість медичної послуги» (стор. 227-233), «Структурна модель взаємозв'язків між сприйнятою якістю медичної послуги, її компонентами та лояльністю, опосередкованих задоволеністю пацієнтів» (стор. 238) та «Структурна модель взаємозв'язків між маркетинговими інструментами та лояльністю, опосередкованих задоволеністю пацієнтів» (стор. 240). Авторські моделі дозволили виявити найбільш суттєві складові, що формують сприйняття якості медичної послуги пацієнтом – персонал, комунікації та матеріальний доказ, а також довести існування стійких взаємозв'язків, як між сприйнятою якістю медичної послуги, задоволеністю

пацієнтів та намірами лояльності до медичного закладу, так і між маркетинговими інструментами, задоволеністю та лояльністю.

По-друге, цінним в теоретичному і прикладному аспектах є класифікація маркетингових конкурентних стратегій за трьома критеріями – орієнтацією на витрати, на якість медичної послуги і на потреби пацієнтів (стор.71-80). В контексті врахування особливостей функціонування закладів на ринку медичних послуг автором уточнено поняття «маркетингова конкурентна стратегія закладу охорони здоров'я», під яким автор розуміє формально визначений напрям розвитку медичної організації, який залежить від сфери, форм і факторів конкуренції на ринку медичних послуг, доступних ресурсів діяльності, системи маркетингу, що дозволяють реалізувати перспективні загальноорганізаційні цілі з позиції пацієнт-орієнтованості (стор. 80).

По-третє, автором були виявлені логічні зв'язки між конкуренцією та задоволеністю споживачів у вигляді відповідної моделі (стор. 38) та запропоновано концептуальну структурно-логічну схему формування маркетингової конкурентної стратегії закладу охорони здоров'я, яка об'єднує такі блоки: методологія розробки маркетингової конкурентної стратегії, поетапний процес формування та визначення її ефективності, головні вектори дослідження конкуренції та конкурентів (стор. 37-39).

По-четверте, автором удосконалено мультиатрибутивну модель медичної послуги, у якій, на відміну від існуючих, включено рівень медичної послуги як бренду (стор. 92) та розширено класифікацію медичних послуг завдяки включенню додаткових соціально-економічних і правових критеріїв (стор. 95-100). Крім того, автором уточнено поняття «медична послуга», яке розглядається як процес взаємодії між персоналом закладу охорони здоров'я і пацієнтом з метою відновлення, зміцнення та підтримки його здоров'я, який спирається на довіру до медичної організації, задоволеність та лояльність пацієнта, заснованих на отриманні медичної допомоги та обслуговуванні належної якості (стор. 92).

По-п'яте, у дисертації сформовано систему показників для оцінювання ефективності маркетингової конкурентної стратегії ЗОЗ на основі використання принципів клінічного аудиту, до якої включено клінічні (для оцінки медичної та соціальної ефективності) і неклінічні (для оцінки економічної ефективності) показники, що дозволяє використовувати менеджерам закладів охорони здоров'я клінічний аудит як управлінський інструмент (стор. 204-208).

По-шосте, у роботі розроблено концептуальну структуру конкуренції між закладами на ринку медичних послуг, яка ґрунтується на трьох

маркетингових конкурентних стратегіях (лідерства за якістю медичної послуги, вдосконалення процесу та фокусування на задоволенні потреб пацієнтів) та включає показники ефективності ЗОЗ (економічність, продуктивність, результативність) і результат – задоволеність та лояльність споживачів медичних послуг (стор. 70).

Отримані автором наукові результати мають високий ступінь обґрунтованості, що підтверджується узагальненням значної кількості фундаментальних праць вітчизняних та закордонних вчених-економістів, використанням значного обсягу статистичної інформації, достатньою апробацією та впровадженням у практику діяльності закладів охорони здоров'я.

Проведене дослідження цілком відповідає поставленій меті, що визначається темою дослідження, та визначенням у зв'язку з цим дослідницьким завданням. Зазначена теза знаходить своє підтвердження у змісті дослідження, що визначає логіку та послідовність викладу матеріалу. В зв'язку з цим можна стверджувати, що дисертаційне дослідження Міщук А.А. характеризується як самостійна авторська робота, що не порушує норм чинного законодавства про захист авторського права. Фактів порушення здобувачем академічної доброчесності не виявлено, на всі використані в роботі джерела інформації є посилання.

### ***Практична значущість висновків та рекомендацій дослідження***

На основі діалектичного поєднання основоположних принципів наукового аналізу, творчого опрацювання та критичного осмислення досліджень сучасних зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів, нормативно-правових актів, статистичної інформації здобувач Міщук А.А. зуміла зробити узагальнення, висновки і рекомендації, які мають теоретико-методичне значення та практичне використання, що підтверджено довідками про впровадження у діяльності Департаменту охорони здоров'я та реабілітації Вінницької обласної державної адміністрації (довідка №07-314 від 16.09.2020 р.) та закладів охорони здоров'я: ТОВ «Оксфорд Медікал-Вінниця» (довідка № 4/06 від 17.06.2020 р.), ТОВ «Діагностичний центр «Меділабс» (довідка № 573/20-д від 19.06.2020 р.), ТОВ «Медична лабораторія» (довідка № 1/357 від 23.06.2020 р.), КНП «Вінницька обласна клінічна лікарня ім. М.І. Пирогова Вінницької обласної ради» (довідка № 01.01-25 / 2220 від 21.09.2020 р.).

Окремі результати дослідження запроваджено в навчальний процес Донецького національного університету імені Василя Стуса для викладання

дисциплін «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетинг послуг», «Стратегічний маркетинг» (довідка №27/01.1.3-43 від 15.05.2020 р.).

### ***Повнота викладу результатів дослідження в опублікованих працях***

Обґрунтованість та достовірність отриманих результатів дослідження, наукових положень та рекомендацій дисертанта підтверджено їхньою апробацією та схваленням на всеукраїнських і міжнародних науково-практичних конференціях.

Усі вагомі розробки, наукові положення та результати дослідження опубліковані автором у виданнях відповідно до вимог Міністерства освіти і науки України. Основні результати дисертаційної роботи знайшли своє відображення у 30 наукових працях загальним обсягом 12,95 ум.-др. арк., з них особисто автору належить 8,34 ум.-др. арк., у тому числі 1 стаття у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу, 5 – у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України з присвоєнням категорії «А», проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection, 2 – у наукових фахових виданнях України з присвоєнням категорії «Б», розділ у колективній монографії та 4 статті в інших виданнях, 17 публікацій за матеріалами науково-практичних конференцій. Кількість, обсяг і якість друкованих праць відповідають нормативним вимогам і повною мірою відображають наукові результати дослідження.

Дисертація написана сучасною українською мовою із застосуванням сукупності мовних прийомів, що забезпечують науковий стиль викладу матеріалу. Матеріали, викладені в анотації, ідентичні основним положенням та висновкам дисертаційної роботи. Текст анотації та дисертаційної роботи повною мірою розкриває основні наукові напрацювання, ступінь новизни авторського доробку, рекомендації щодо можливостей практичного використання отриманих результатів. Анотація відображає зміст основних положень дисертації та відповідає встановленим вимогам.

### ***Дискусійні положення та зауваження щодо змісту дисертації***

Незважаючи на високий рівень проведеного дослідження та обґрунтованість отриманих результатів, у роботі мають місце окремі недоліки та дискусійні положення:

1. На стор. 52 автор рекомендує вивчати досвід США з надання нагород за якість лікувальним закладам для започаткування його в Україні на рівні органів виконавчої влади в сфері охорони здоров'я (тобто МОЗ). На наш погляд, це дискусійне питання, оскільки Україна розбудовує державну

систему охорони здоров'я (систему Бевериджа), а у США функціонує приватна система медичного страхування. Крім того, конкурси для надання нагород за якість є складовими національних програм в галузі охорони здоров'я. В Україні національні програми, як правило, затверджуються Кабінетом Міністрів України, а не МОЗ. Засновниками таких премій є некомерційні організації, які мають право залучати значні спонсорські кошти, зокрема National Quality Forum – засновник премії John M. Eisenberg Patient Safety and Quality Award.

2. У підрозділі 2.1 дисертації автором здійснено оцінку внутрішніх (а саме маркетингових) факторів, що впливають на конкурентоспроможність закладів охорони здоров'я, з використанням методики порівняльного аналізу підприємств-конкурентів за «4Р» (стор. 110-117). Доцільно було б, насамперед, проаналізувати існуючі методи, які використовуються для оцінки конкурентоспроможності підприємств, та обґрунтувати вибір саме маркетингових для закладів охорони здоров'я.

3. Недостатньо обґрунтованою, на наш погляд, є визначена дисертанткою тенденція до зростання ринку медичних послуг України (стор. 130), адже за наведеними статистичними даними скорочується число закладів охорони здоров'я та медичного персоналу, галузь охорони здоров'я протягом останніх років фінансується недостатньо. Варто було б окремо подати інформацію щодо ринку медичних послуг, які надаються державними і комунальними закладами (так званий державний сектор), та ринку послуг, що надаються приватними закладами, а також щодо виокремленого автором сектору ринку гарантованих пакетів медичних послуг (стор. 48).

4. При проведенні SWOT-аналізу ринку медичних послуг м. Вінниці автор пропонує застосовувати стратегію коопетиції між закладами (табл. 3.2, стор. 188), проте у тексті роботи відсутній розгляд даної стратегії.

5. Потребує більш розгорнутої аргументації використання клінічного аудиту як управлінського інструменту при розробленні маркетингової конкурентної стратегії (підрозділ 3.2, стор. 198)

Водночас зазначені зауваження не є принциповими, мають дискусійний характер, у цілому не зменшують загальної позитивної оцінки дисертаційного дослідження і можуть стати предметом обговорення та пояснення на захисті. Побажання вказують на багатоплановість досліджуваної проблеми, її складність та значимість.

### ***Загальний висновок***

Дисертаційна робота «Формування маркетингової конкурентної стратегії закладів на ринку медичних послуг» є самостійним, завершеним



науковим дослідженням, що пропонує вирішення важливого наукового та практичного завдання з поглиблення концептуальних засад формування маркетингової конкурентної стратегії закладів на ринку медичних послуг з позиції пацієнт-орієнтованого підходу. Ступінь наукової новизни отриманих результатів, теоретичне та практичне значення, достовірність отриманих висновків і рекомендацій, актуальність теми дослідження дозволяють зробити висновок, що дисертаційна робота «Формування маркетингової конкурентної стратегії закладів на ринку медичних послуг» відповідає вимогам Порядку проведення експерименту з присудження ступеня доктора філософії», затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України №167 від 06 березня 2019 року на здобуття наукового ступеня доктора філософії, а її автор, Міщук Анастасія Андріївна, заслуговує на присудження наукового ступеня доктора філософії за спеціальність 051 «Економіка».

#### Офіційний опонент:

завідувач кафедри економіки та менеджменту

зовнішньоекономічної діяльності

Національної академії статистики,

обліку та аудиту

Державної служби статистики України

кандидат економічних наук, доцент



О.А.Іващенко

