

## **ВИСНОВОК**

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення  
результатів дисертації Міщук Анастасії Андріївни  
на тему: «Формування маркетингової конкурентної стратегії закладів  
на ринку медичних послуг», поданої на здобуття наукового ступеня  
доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка»

**Актуальність теми дослідження та її зв'язок з науковими програмами, планами, темами.**

Системам охорони здоров'я в усьому світі доводиться вирішувати найважливіше завдання – як забезпечити населенню широкий доступ до послуг у сфері охорони здоров'я, при цьому постійно підвищуючи якість медичного обслуговування і не допускаючи зростання витрат. Вітчизняна система охорони здоров'я знаходиться в процесі реформування та пошуку свого шляху розвитку. Розробка рекомендацій щодо формування конкурентної стратегії, яка дозволить найефективнішим способом використовувати наявні ресурси для найякіснішого задоволення потреб споживачів послуг конкретного закладу охорони здоров'я (ЗОЗ) робить тему дисертаційного дослідження Міщук А.А. актуальною.

Дисертаційну роботу виконано згідно з тематикою наукових досліджень Донецького національного університету імені Василя Стуса у рамках комплексної держбюджетної теми «Інтегрований розвиток територій: кадрова, маркетингова та інноваційна складові» (номер держреєстрації 0117U006342). У рамках теми автором 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.

## **Ступінь обґрунтованості наукових положень, висновків та рекомендацій.**

Наукові положення, висновки і рекомендації, які виносяться на захист, одержані здобувачем особисто і знайшли відображення в наукових публікаціях автора. Із наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використано лише ті положення, ідеї та висновки, які є результатом самостійної роботи здобувача.

В своїй роботі Міщук Анастасія Андріївна використала низку методів наукового дослідження, а саме: теоретичне узагальнення, порівняння, аналіз та синтез, графічний, монографічний, метод економіко-математичного моделювання тощо. Кваліфіковане їх використання дозволило дисертанту зробити особистий внесок у поглиблення теоретичних положень, обґрунтування науково-методичних підходів щодо формування маркетингової конкурентної стратегії.

Підтвердженням достовірності наукових положень виступає також глибоке опрацювання автором значної інформаційної бази дослідження, яку складають монографічні дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених; матеріали міжнародних організацій і дослідницьких агенцій та статистичні дані Держстату України, МОЗ, Рахункової палати.

## **Ступінь наукової новизни результатів дисертаційного дослідження.**

Основні наукові положення, висновки та пропозиції, щодо формування маркетингової конкурентної стратегії закладів на ринку медичних послуг, що сформульовані дисертанткою в роботі самостійно, характеризуються достатнім рівнем наукової новизни і розширюють теоретичну базу в аспекті маркетингу та можуть бути використані у викладанні дисциплін кафедри.

У дисертаційній роботі вирішено низку завдань.

Зокрема, автором *вперше* здійснено оцінку якості медичних послуг для ЗОЗ за методикою SERVPERF, що дозволило виявити найбільш важливі і цінні характеристики послуги, що впливають на її якість, з точки зору задоволеності

споживача; застосовано методологію моделювання структурними рівняннями у програмному пакеті LISREL для доведення існування кореляції між сприйнятою якістю медичної послуги, задоволеністю пацієнтів та намірами лояльності до медичного закладу, а також між маркетинговими інструментами, задоволеністю та лояльністю. Відповідно побудовано три моделі: «Сприйнята пацієнтом якість медичної послуги», «Структурна модель взаємозв'язків між сприйнятою якістю медичної послуги, її компонентами та лояльністю, опосередкованих задоволеністю пацієнтів» та «Структурна модель взаємозв'язків між маркетинговими інструментами та лояльністю, опосередкованих задоволеністю пацієнтів».

Автором *удосконалено* класифікацію маркетингових конкурентних стратегій за трьома критеріями – орієнтацією на витрати, на якість медичної послуги і на потреби пацієнтів, поглиблено зміст терміну «маркетингова конкурентна стратегія ЗОЗ», запропоновано концептуальну структурно-логічну схему формування маркетингової конкурентної стратегії ЗОЗ, яка складається з блоків: методологія розробки маркетингової конкурентної стратегії ЗОЗ; поетапний процес формування та визначення її ефективності; головні вектори дослідження конкуренції та конкурентів; формування моделі «Конкуренція-задоволеність споживачів». Доповнено загальновизнану мультиатрибутивну модель рівнем медичної послуги як бренду. Запропоновано класифікацію медичних послуг за різними соціально-економічними і правовими критеріями та дефініцію «медична послуга». Розроблено систему показників для оцінювання ефективності маркетингової конкурентної стратегії ЗОЗ на основі використання принципів клінічного аудиту, до якої включено клінічні і неклінічні показники, що дозволяє використовувати клінічний аудит як управлінський інструмент.

*Отримала подальшого розвитку* концептуальна структура 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.

### **Повнота опублікування основних положень дисертації.**

За результатами дисертаційної роботи автором опубліковано 30 друкованих праць, з них 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 статті у наукових фахових виданнях України з присвоєнням категорії «Б», 1 розділ у колективній монографії, 4 – в інших виданнях, 17 тез доповідей – у вітчизняних і міжнародних наукових конференціях. Кількість та зміст наукових праць відповідають вимогам щодо публікацій основного змісту дисертації, визначених у «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 (за спеціальністю 051 – «Економіка»)

### **Теоретичне та практичне значення отриманих результатів і рекомендацій про їх використання.**

Основні положення і висновки, наведені в дисертації Міщук А.А., доведено до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій. Отримані наукові результати впроваджено на регіональному рівні та рівні підприємств, використовуються в навчальному процесі Донецького національного університету імені Василя Стуса при викладанні навчальних дисциплін «Маркетинг», «Маркетингові дослідження», «Маркетинг послуг», «Стратегічний маркетинг» (довідка №27/01.1.3-43 від 15 травня 2020 р.).

**Оцінка структури дисертації, мови та стилю викладення.** Текст дисертації подано логічно та послідовно, грамотною академічною мовою. Стилiстика викладення матерiалiв досліджень, наукових положень, висновків і

рекомендацій – забезпечують легкість і доступність їх сприйняття та відповідають вимогам, які висуваються до кандидатських дисертацій.

**Відповідність дисертації паспорту спеціальності, за якою вона подається до захисту.** Загалом дисертація є закінченою науковою роботою, що відповідає паспорту спеціальності 051 «Економіка».

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

В цілому дисертаційне дослідження здійснено на високому науковому та теоретичному рівні. Проте деякі його положення мають дискусійний характер що пов'язане з означенням дисертантом власної позиції щодо окремих досліджуваних проблем. Тому варто зробити певні уточнення, зауваження та рекомендації з метою подальшого розвитку наукової дискусії з порушеної проблематики.

1. Аналізуючи ринок медичних послуг, було б доцільно приділити увагу вивченню тенденцій добровільного медичного страхування, оскільки страхові компанії є гравцями ринку та включені автором у модель п'яти сил конкуренції як покупці медичних послуг.

2. Оцінюючи екзогенні фактори ризику функціонування закладів на ринку медичних послуг, автор виокремлює такий чинник для врахування при розробленні стратегій, як доступ до телемедичних технологій. Проте у роботі не приділено уваги питанню щодо перспектив розвитку в Україні телемедичних послуг, які відносять до інноваційних продуктів, на яких автор робить акцент в роботі. Варто було б коротко розкрити зміст і цієї інновації в роботі медичних закладів.

3. Рис. 1.4 та табл. 1.1 було б доцільно назвати не «Конкурентні підходи ЗОЗ на ринку медичних послуг», а «Інструментарій конкурентної взаємодії ЗОЗ на ринку медичних послуг».

4. Варто було б приділити більше уваги наведеному у складі інструментальних стратегій маркетингу на рис. 1.1 восьмому “Р” – партнерству,

якому в п. 1.2 надано коротке пояснення, проте в подальших розділах не розглянуто як окрему інструментальну стратегію.

Водночас висловлені зауваження і побажання не применшують загальної високої оцінки рівня виконання дисертаційної роботи, її теоретичної цінності та практичної значущості.

**Загальний висновок** Детальне ознайомлення з дисертаційною роботою Мішук Анастасії Андріївни на тему «Формування маркетингової конкурентної стратегії закладів на ринку медичних послуг» дозволяє зробити наступний висновок: дисертація виконана на актуальну тему, містить теоретичні, методичні та прикладні розробки, які засвідчують про таке: дисертаційна робота є самостійним та оригінальним дослідженням, що за змістом та структурою відповідає заявленій науковій спеціальності (051 – «Економіка») та 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 – Мішук Анастасія Андріївна – заслуговує на присудження їй наукового ступеня доктора філософії за спеціальність 051 – «Економіка».

Рецензенти:

професор кафедри підприємництва,  
корпоративної та просторової економіки  
Донецького національного університету  
імені Василя Стуса,  
д-р. екон. наук, професор



С.В. КОЗЛОВСЬКИЙ

доцент кафедри маркетингу  
Донецького національного університету  
імені Василя Стуса,  
к. екон. наук, доцент

Л.М. ІВАНЕНКО

