

## ИННОВАЦИЯ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ INNOVATION TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT OF HEALTH

*Тинасилов Мухтар Донбаевич*

*Казахстанско-Российский медицинский университет,*

*заслуженный деятель науки Республики Казахстан,*

*почетный профессор МУИТ Кыргызской Республики*

**Аннотация:** Развитие рыночных отношений технологии менеджмента в здравоохранении привело учреждение к поиску информации о внешней среде: конкурентах, потребителях, партнерах. В настоящих условиях только тщательное изучение рынка медицинских технологии в менеджменте здравоохранения и прогнозирование деятельности способствует развитию ЛПУ и их организации. Информацию о инновационной технологии в менеджменте здравоохранения, необходимую для разработки стратегии развития получают с помощью маркетинговых исследований.

В новых социально – экономических условиях лечебно-профилактические услуги выступают в качестве специфического товара, на который должна быть установлена цена. Важнейшими задачами ценообразования на услуги здравоохранения в условиях рыночных отношений является, во-первых, создание механизма оперативного учета спроса и предложения, складывающихся на рынке медицинских услуг и, во-вторых, разработка конкретной методики расчета цен.

**Abstract:** the Development of market relations of management technology in health care led the institution to search for information about the external environment: competitors, consumers, partners. In these conditions, only a thorough study of the market of medical technology in health care management and forecasting activities contributes to the development of health facilities and their organization. Information on innovative technology in health care management, necessary for the development of development strategies are obtained through marketing research. In the new socio – economic conditions, treatment and prevention services act as a specific product for which the price should be set. The most important tasks of pricing of health services in the conditions of market relations is, first, the establishment of a mechanism of the operational account of supply and demand prevailing in the market of medical services and, secondly, the development of a specific methodology for the calculation of prices.

**Ключевые слова:** инновационная технология, менеджмент, здравоохранения, платные услуги, рынок, расчеты цен, информация, методика расчета, эффективность.

**Keywords:** innovative technology, management, health care, paid services, market, price calculations, information, calculation method, efficiency.

## **Введение**

В современном мире парадигма развития мирового рынка услуг во многом складывается под воздействием глобализации и внедрения современных технологий. Научно-технические прорывы, особенно в таких сферах, как медицинские и информационно-коммуникационные технологии, значительно расширили возможности решения задач социально-экономического развития, повышения продолжительности и качества жизни населения многих стран. Современный этап развития мирового хозяйства характеризуется активным включением сферы услуг в межгосударственную торговлю. Производство и потребление медицинских услуг в 20-м веке осуществлялось преимущественно внутри границ государства, но в 21-м веке под влиянием процесса глобализации происходит усиление взаимозависимости национальных рынков. Расширение географии предоставления качественных медицинских услуг и появление новых участников рынка ведут к росту международной конкуренции в этой сфере. Международная торговля медицинскими услугами, миграция специалистов здравоохранения, появление новых методов лечения, внедрение медицинских технологий наряду со стандартизацией производства и потребления медицинских услуг являются принципиально новыми тенденциями, которые ведут к формированию мирового рынка медицинских услуг на инновационной основе деятельности менеджмента здравоохранении..

## **Поставленные задачи**

В условиях формирующегося нового технологического уклада и глубоких демографических сдвигов все аспекты, связанные с улучшением качества и продлением срока жизни людей, приобретают определяющее значение для стран, как с развитой, так и с развивающейся экономикой. В этой связи рынок медицинских услуг, как и рынки многих инновационных товаров и услуг, имеет огромный потенциал роста. Динамичное развитие международной торговли медицинскими услугами в условиях глобализации предполагает активную интеграцию страны в этот процесс.

В настоящее время происходит реформирование отношений в здравоохранении. Лечебным учреждениям приходится вести свою деятельность в условиях рынка медицинских услуг. Сокращаются объемы финансирования за счёт средств государственного бюджета, не оплачивается оказание медицинской помощи в условиях обязательного медицинского страхования в связи с нехваткой средств в территориальных фондах ОМС. Всё это сказывается на экономическом положении лечебных учреждений не с лучшей стороны. В большинстве случаев лечебно-профилактические учреждения (ЛПУ) предоставлены сами себе, и далеко не всем удастся выжить. Множество поликлиник,

стационаров, медико-санитарных частей не смогли адаптироваться к рыночным отношениям и закрываются. Поэтому в новых рыночных условиях для обеспечения выживаемости ЛПУ должны ввести к новому механизму хозяйствованию.

В связи с этим, новый механизм хозяйствования, помимо всего прочего, необходимо включить применение рыночных механизмов управления ЛПУ и здравоохранения в целом и обеспечения рентабельности деятельности менеджмента ЛПУ. Одним из новых направлений деятельности медицинских учреждений является маркетинг.

Для решения вышеуказанных проблемных задач, прежде всего применение маркетинга в здравоохранении, который способствует оптимизации деятельности медицинских учреждений в том смысле, что это помогает учреждениям здравоохранения наиболее рационально планировать свою деятельность. Маркетинг даёт возможность прогнозировать товарооборот, изучать потребности рынка медицинских услуг, применение маркетинговых исследований даёт возможность определить, какие услуги найдут спрос у потребителя, сколько потребитель готов за это заплатить и готов ли он платить вообще или нет.

В сфере менеджмента здравоохранении платная медицина остается весьма дорогой областью сферы услуг. Недоверие к районной поликлинике или больнице обходится гражданам очень дорого. Нередко незначительные средства требуются в дополнение к лечению по полису ОМС.

Рассмотренные в работе вопросы являются актуальными в настоящее время и интересными для каждого медицинского учреждения, работающего в современных рыночных условиях.

### **Решения предлагаемых задач**

Целью решения данной проблемы является проведение анализа качества оказания платных медицинских услуг в условиях рыночных отношений, рассмотрение основных проблем и поиск возможностей их решения.

Исходя из целей, основными задачами проблем будут являться рассмотрение основных методов и приёмов современного ценообразования, применяемые в практике медицинских учреждений, проведение исследования по выявлению факторов, влияющих на платные медицинские услуги.

Медицинская услуга – это профессиональные действия, направленные на сохранение или поддержание оптимального уровня здоровья конкретного индивида.

Говоря о цене на товар в системе здравоохранения, имеется в виду цена на медицинскую услугу, наделенную в полной мере товарными свойствами.

Посредством рыночного механизма продавцы и покупатели взаимодействуют, чтобы определить цену и количество производимых благ. Следовательно, спрос, предложение и цена являются главными элементами экономических отношений на рынке.

Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является конкуренция. В зависимости от соотношения между количеством производителей и количеством потребителей различают следующие виды конкурентных структур:

- рынок совершенной конкуренции;
- олигополия;
- монополия;
- монополистическая конкуренция.

Рынок медицинских услуг обладает следующими характеристиками:

1. число продавцов ограничено, существует ограничение входа на рынок;
2. неоднородность медицинской услуги, ее индивидуальность, уникальность;
3. несовершенная информированность покупателей о рынке услуг;
4. невозможность или затруднительность сопоставления цены и качества;
5. наличие большого числа государственных или частных бесприбыльных организаций;
6. для реализации товара в большинстве случаев требуется компетентный посредник, который и оплачивает значительную часть медицинской услуги.

Таким образом, можно убедиться, что особенностью рынка медицинских услуг в системе здравоохранения является то, что он представляет собой прочный сплав монополии и монополии, когда практически все медицинские работники и лечебно-профилактические учреждения подведомственны Министерству здравоохранения. При этом государство, будучи монополистом, диктует еще и явно невыгодные условия финансирования подчиненных ему структур, не обеспечивая даже покрытия их реальных издержек.

Пациент в такой системе одинок и абсолютно бесправен. Поэтому целью реформы здравоохранения является демонополизация системы оказания медицинских услуг, постепенное превращение рынка страны медицинских услуг сначала в «рынок продавца», когда большей рыночной властью обладают продавцы (диктуют покупателю свои условия, навязывают товары (услуги) и цены на них), а затем в «рынок покупателя», когда центральной фигурой, определяющей положение медицинских услуг и их цену, станет потребитель-пациент.

На пути к этому одной из первоочередных решения задач является определение юридического и экономического статуса медицинских учреждений и обеспечение их финансирования, исходя, как минимум, из реальных затрат на производство оказываемых

населению медицинских услуг. Финансирование на уровне реальных затрат обеспечит финансовую устойчивость медицинских учреждений страны, позволит им перейти от решения проблем выживаемости к проблемам повышения качества оказания медицинских услуг.

### **Заключение**

При рассмотрении рынка медицинских услуг для инновации технологии менеджмента здравоохранения необходимо обратить внимание на факторы, определяющие спрос и предложение медицинских услуг, главным из которых является цена. При этом цены можно разделить на следующие три группы:

Первая группа – высокие цены (первая цена) на услугу отражают ее уникальность, технологическую патентную защищенность, отсутствие на начальном этапе спроса (рынка спроса);

Вторая группа – низкие цены (цена прорыва или проникновения) на услугу, отражает простоту технического и технологического решения, низкие затраты, высокий и стабильный спрос, прочное финансовое положение фирмы;

Третья группа – экспериментальные цены (когда подобного товара нет на рынке), отражают новизну функционального назначения, отсутствие данных о возникновении рынка сбыта и ценах.

Также немаловажно взаимодействие рынка медицинских услуг с рынком трудовых и материальных ресурсов. С одной стороны, спрос на рынке ресурсов является производной от спроса на медицинские услуги, с другой – уровень цен, и в целом конъюнктура на рынке ресурсов определяет потенциальные возможности и границы развития медицинских учреждений.

Инновация технологии менеджмента здравоохранения – это совокупность медицинских технологий, изделий медицинской техники, методов организации медицинской деятельности, фармакологических средств, врачебного воздействия и профилактики рынка медицинских услуг в современных условиях экономики.

### **Библиографический список литературы:**

1. Аканов А.А., Мейманалиев Т.С., Кульжанов М.К. Национальное счета здравоохранения Казахстана и мировой опыт. -Алматы, 2013. -110с.
2. Тинасилов М.Д. Уркумбаева А.Р. Инновационная деятельность и оценка медицинской технологии Казахстана. /Научный и информационный журнал «Наука и инновационные технологии» при МОН КР. Типография «Махprint» г.Бишкек 2017.

3. Тинасилов М.Д. Уркумбаева А.Р. Инновация здравоохранения Республики Казахстан новой модели экономического роста. /Журнал «Актуальные проблемы теоретической и клинической медицины» № 4 (18), г.Алматы 2017
4. Тинасилов М.Д, Узакова С.А., Уркумбаева А.Р. Экономические и нормативно-правовые основы медицинского страхования в Республике Казахстан. /Журнал «Актуальные проблемы теоретической и клинической медицины» № 4 (18), , г.Алматы 2017.
5. Тинасилов М.Д., Уркумбаева А.Р. /Экономика и финансирования здравоохранения. /Учебное пособие/. ИП «Издательство АКНУР», 100017 РК, г.Караганда, 2019