

*Голові разової спеціалізованої вченої ради PhD
9782 Хмельницького національного університету
д.е.н., професору Анатолію ТЕЛЬНОВУ*

РЕЦЕНЗІЯ

рецензента – доктора економічних наук, професора кафедри менеджменту та адміністрування **Стадник Валентини Василівни**
на дисертаційну роботу **Матвіїва Василя Володимировича**
на тему «**Маркетингове забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я**»,
представлену на здобуття наукового ступеня доктора філософії
з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075
«Маркетинг»

Актуальність теми дисертаційної роботи

Сектор охорони здоров'я відіграє надзвичайно важливу роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку кожної країни. Працівники галузі, надаючи медико-санітарні послуги населенню, з одного боку, реалізують соціальну функцію – вони дають людям змогу продовжити період здорового життя, підтримувати соціальну активність, розвивати та реалізувати свій інтелектуальний потенціал протягом значно тривалішого періоду часу. З іншого боку, заклади охорони здоров'я підтримують рівень життя людей, необхідний для продуктивного життя, тобто створюють необхідні умови для економічної діяльності в усіх інших сферах національної економіки. Обидві сторони діяльності закладів охорони здоров'я однаково важливі для кожної країни, оскільки вони забезпечують достатній рівень якості життя населення, створюючи умови для його сталого розвитку та процвітання.

В умовах реформування системи охорони здоров'я України особливої соціальної та економічної ваги набуває питання доступності медичних послуг. Впровадження принципів державного гарантованого пакету медичних послуг, автономізація медичних закладів, запровадження ринкових механізмів фінансування (через НСЗУ), а також посилення конкуренції між постачальниками послуг створюють нове середовище, у якому маркетингове

забезпечення стає критично важливим для ефективного функціонування закладів охорони здоров'я.

Доступність медичних послуг більше не визначається лише фізичною наявністю установ чи кількістю лікарів. Вона охоплює цінову, інформаційну, просторову, часову та психологічну складові, які можуть бути ефективно проаналізовані, сформовані та скориговані саме через маркетингові інструменти.

У цьому контексті маркетинг в охороні здоров'я виконує не лише комунікаційну чи рекламну функцію, а слугує інструментом стратегічного управління, що дозволяє ідентифікувати бар'єри доступу до медичних послуг для різних груп населення, формувати пацієнтоцентричні підходи до організації обслуговування, забезпечувати прозору комунікацію про можливості, які надає система, створювати ефективну модель взаємодії між пацієнтом, лікарем і закладом охорони здоров'я і адаптувати структуру та якість медичних послуг до реальних потреб і очікувань населення.

Особливої актуальності тема набуває в умовах післявоєнної відбудови, демографічної кризи та поглиблення соціальної нерівності, коли питання справедливого, рівного доступу до медичних послуг стає пріоритетом державної політики. Водночас, без системного маркетингового аналізу потреб населення, ефективної сегментації, позиціонування медичних закладів та комунікаційної стратегії жодна реформа не досягне стійких результатів. Таким чином, наявність об'єктивної потреби у вирішенні зазначених проблем підтверджує актуальність дослідження та обрану тему дисертаційної роботи, її мету та завдання.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами

Дисертаційна відповідає планам науково-дослідних робіт Хмельницького національного університету, зокрема була виконана в межах науково-дослідної теми «Моделювання стратегій безпечного розвитку інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем» (ДР № 0122U001212), де автором розроблено та апробовано пріоритетність використання критерію доступності в маркетинговому аналізі ринку медичних послуг в системі охорони здоров'я та оцінку рівня доступності медичних послуг з урахуванням найбільш значущих чинників споживчого вибору.

Ступінь обґрунтованості та достовірності наукових положень, висновків і рекомендацій

Наукові положення, висновки та практичні рекомендації, представлені в дисертаційній роботі Матвіїва Василя Володимировича, відзначаються високим ступенем обґрунтованості, внутрішньою логічною узгодженістю та емпіричною підтвердженістю.

Наукові положення, висновки та рекомендації, викладені У дисертаційній роботі, відзначаються високим рівнем наукової обґрунтованості, що зумовлено системним аналізом і узагальненням значного обсягу наукових джерел, присвячених проблематиці маркетингового забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я. Отримані наукові результати, пропозиції та висновки ґрунтуються на застосуванні сучасного інструментарію наукового дослідження, що забезпечує їхню достовірність та аналітичну цінність.

У межах дослідження були використані методи гносеологічного аналізу та діалектичного пізнання, логічного аналізу і синтезу, абстрактно-логічного моделювання, економіко-статистичного та порівняльного аналізу, економіко-математичного моделювання, анкетування, експертного оцінювання, наукової абстракції, структурно-логічного моделювання та логічного узагальнення. Аналіз здійснювався на основі широкого кола вітчизняних і зарубіжних наукових джерел, що представлені у бібліографії (302 найменування), що свідчить про ґрунтовність опрацювання наукової проблематики та високий рівень теоретико-методологічного забезпечення дослідження. Достовірність наукових висновків також підтверджується використанням актуальної емпіричної бази, що включає чинні нормативно-правові акти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, офіційні статистичні матеріали та дані звітності Державного комітету статистики України, Рахункової палати, ДЗ «Центр медичної статистики України МОЗ України», Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, тематичні збірники, матеріали науково-практичних конференцій, результати власних досліджень.

Результати дисертаційної роботи пройшли апробацію через публікації у наукових фахових виданнях та обговорення на науково-практичних конференціях, що підтверджує їх відповідність сучасним науковим вимогам.

Практична значущість сформульованих положень і рекомендацій підтверджена фактами їх успішного впровадження.

В цілому, обґрунтованість та достовірність наукових положень, висновків і рекомендацій дисертації забезпечується чітким формулюванням і вирішенням наукової проблеми, що полягає в розробці теоретичних засад і науково-методичних підходів до маркетингового забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я.

Структура і зміст дисертаційної роботи та її відповідність встановленим вимогам

Робота має всі необхідні структурні елементи: вступ, три логічно побудовані розділи основної частини, висновки, список використаних джерел і додатки. Структурні частини дисертаційної роботи внутрішньо пов'язані між собою і становлять органічну єдність.

Вступ містить усі обов'язкові компоненти: обґрунтування актуальності теми, визначення мети та завдань дослідження, об'єкта і предмета, наукової новизни, методології, теоретичної та практичної значущості результатів, а також дані про апробацію матеріалів і публікації автора.

У першому розділі «Теоретико-методичні основи маркетингового забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я» досліджено сутність медичних послуг та особливості їх відображення засобами маркетингу, охарактеризовано з позицій соціально-орієнтованого маркетингу чинники й методи формування доступності медичних послуг, усебічно проаналізовано методичні підходи маркетингу в оцінюванні рівня потреби і доступності медичних послуг в умовах ринкової трансформації медичної галузі.

У другому розділі «Маркетинговий аналіз ринку медичних послуг в Україні в умовах реформування системи охорони здоров'я» здійснено детермінантний та кон'юнктурний аналіз рівня доступності ринку медичних послуг в ході реформування системи охорони здоров'я України, проведено маркетингове дослідження доступності медичних послуг в Україні за критеріями соціально-орієнтованого маркетингу і здійснено маркетингово-статистичний аналіз поведінкових переваг населення на ринку медичних послуг

У третьому розділі «Маркетингове прогнозування для забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я» здійснено

побудовано прогностичні моделі розвитку ринку медичних послуг у коротко- та середньостроковій перспективі, з урахуванням можливих змін соціальної політики, рівня цифровізації та міграційних процесів. Визначено критичні точки, де потрібна державна інтервенція або цільова маркетингова активність для усунення нерівності доступу. Розроблено систему адаптивної сегментації 5 споживачів на основі ймовірності звернення за медичними послугами, що дозволяє формувати адресні комунікаційні стратегії для кожного сегменту. Запропоновано універсальну модель маркетингового забезпечення доступності, релевантну для інтеграції як у публічному, так і в приватному медичному секторі.

Обсяг дисертації відповідає встановленим вимогам і складає понад 180 сторінок основного тексту. Робота написана українською мовою з дотриманням норм наукового стилю та академічної мови. У тексті послідовно використано посилання на джерела, графіки та таблиці оформлені згідно з чинними стандартами. Список використаних джерел містить понад 300 позицій, серед яких – сучасні праці українських і зарубіжних учених, що свідчить про глибоке ознайомлення автора з актуальним науковим доробком.

Наукова новизна одержаних результатів

У дисертаційній роботі Матвіїва Василя Володимировича сформульовано низку положень, які вирізняються концептуальною новизною, методичною оригінальністю та високим ступенем практичної значущості. Дослідження суттєво розширює наявне наукове поле у сфері маркетингу медичних послуг, зокрема у напрямі маркетингового забезпечення їх доступності в системі охорони здоров'я.

1) Удосконалено науково-методичний підхід до трактування сутності медичних послуг як об'єкта маркетингового впливу. На відміну від існуючих підходів, запропоновано акцент на маркетинговому сприйнятті критеріїв оцінки якості медичних послуг, що дозволяє формувати обґрунтовану маркетингову стратегію розвитку медичних закладів, їх позиціонування на ринку та визначення релевантних інструментів взаємодії з цільовими аудиторіями.

2) Запропоновано авторський підхід до формування критеріальної бази для оцінювання рівня доступності ринку медичних послуг в умовах реформування системи охорони здоров'я. Його відмінністю є врахування

пріоритетності показників доходу домогосподарств і диференційований підхід до аналізу статистичних даних, що дозволяє державним органам краще розуміти взаємозв'язок між платоспроможністю населення і доступом до медичних послуг, а також вносити корективи до цінової політики та системи реімбурсації.

3) Розроблено метод ідентифікації маркетингових чинників недоступності медичних послуг шляхом використання методу інверсії при побудові інтегрального показника. На відміну від традиційних методик, цей підхід дозволяє акцентувати увагу респондентів на бар'єрах доступу, структурувати індекс недоступності за значущістю для цільових груп та слугувати основою для прийняття рішень щодо маркетингового позиціонування послуг та вдосконалення сервісу в умовах реформи.

4) Удосконалено підхід до оцінювання доступності медичних послуг в регіональному розрізі із використанням інтегрального показника, який передбачає не лише вагове врахування окремих чинників, а й їх стандартизацію відносно середніх значень. Це забезпечує можливість адаптації реформ під потреби конкретних територіальних спільнот і сприяє зменшенню регіональної нерівності у сфері охорони здоров'я.

5) Розроблено практичний інструментарій прогнозування сценаріїв розвитку ринку медичних послуг з урахуванням їх доступності. На відміну від існуючих підходів, вперше запропоновано зіставлення актуалізованих потреб у медичних послугах з реальним рівнем доступу до них, що дозволяє виявити структурні недоліки системи охорони здоров'я для окремих цільових аудиторій. Практична апробація здійснена на прикладі домогосподарств Карпатського регіону.

6) Уточнено цільові орієнтири реформування системи охорони здоров'я України, з фокусом не лише на економічну ефективність, а й на підвищення доступності медичних послуг. Це відповідає концепції сталого розвитку та передбачає активне використання інструментів соціально орієнтованого маркетингу в управлінні медичною системою.

7) Поглиблено маркетингові підходи до моделювання попиту на медичні послуги домогосподарств, що базуються на багатокритеріальному аналізі із врахуванням доходів населення та територіального чинника. Запропонований підхід дозволяє органам місцевого самоврядування розробляти

адресні заходи з розвитку охорони здоров'я відповідно до специфіки домогосподарств у різних регіонах.

Повнота відображення наукових положень дисертаційної роботи в опублікованих працях

Результати дисертаційної роботи Матвіїва Василя Володимировича знайшли належне відображення у наукових публікаціях. За темою дисертації опубліковано 12 праць загальним обсягом 6,74 друк. арк., з яких особисто автору належить 4,28 друк. арк., в тому числі: 1 стаття у періодичному виданні, яке індексується у наукометричній базі Scopus, 4 статі у наукових фахових виданнях загальним обсягом 4,92 друк. арк., з яких особисто автору належить 3,14 друк. арк.; 7 – за матеріалами конференцій обсягом 1,82 друк. арк., внесок автора – 1,14 друк. арк. Обсяг публікацій, їх науковий рівень та відповідність змісту дисертації дозволяють зробити висновок про належне представлення результатів дослідження в науковому просторі, що підтверджує високий рівень апробації положень роботи, їх публічність і відповідність вимогам до дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора філософії.

Наукове та практичне значення результатів дослідження

Результати дисертаційного дослідження Матвіїва Василя Володимировича мають значну наукову та практичну значущість, що зумовлено як комплексністю теоретико-методологічного підходу, так і апробацією запропонованих автором рішень.

У науковому аспекті значущість дослідження полягає в удосконаленні науково-методичного підходу до трактування медичних послуг як об'єкта маркетингового впливу, що передбачає акцент на маркетинговому сприйнятті критеріїв їх якості як основи стратегічного позиціонування медичних закладів, а також розробленні авторського підходу до формування критеріальної бази оцінювання доступності медичних послуг, який враховує пріоритетність рівня доходів домогосподарств та їх глибше диференціювання при аналізі статистичних даних.

Теоретичне значення має і проведений автором структурний аналіз понять «доступність» і «соціальний маркетинг» з позицій побудови нової моделі взаємодії між постачальником медичних послуг і пацієнтом на основі концепції

пацієнтоцентризму, а також авторський підхід до ідентифікації маркетингових чинників недоступності медичних послуг шляхом застосування методу інверсії, що дозволяє структурувати індекс недоступності з урахуванням пріоритетів цільових груп.

З прикладної точки зору, дисертаційна робота містить науково-практичні рекомендації для оцінювання доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я, впровадження яких сприятиме підвищенню ефективності регіональної політики у сфері охорони здоров'я та формуванню маркетингової конкурентної стратегії закладів охорони здоров'я, що функціонують на ринку медичних послуг.

Практичну значущість розроблених положень підтверджено їх упровадженням на регіональному рівні та на рівні медзакладів: на регіональному рівні: в діяльності Департаменту охорони здоров'я Львівської обласної державної адміністрації (довідка №20 від 20.06.2024 р.); на рівні медзакладів – у практичній діяльності ФОП Панчук Лариса Михайлівна (довідка № 23 від 30.04.2025 р.).

Результати дослідження також використовуються в навчальному процесі Хмельницького національного університету при викладанні навчальних дисциплін «Маркетинг послуг», «Маркетингові дослідження» (довідка 3/13 від 04.12.2024 р.).

Таким чином, результати дисертаційної роботи Матвіїва Василя Володимировича мають стратегічно орієнтований прикладний характер, методологічну цінність та міждисциплінарну перспективність, що повністю відповідає сучасним вимогам до наукових досліджень у сфері маркетингу за напрямом «Управління та адміністрування».

Відповідність тексту дисертації вимогам академічної доброчесності

Аналіз тексту дисертаційної роботи Матвіїва В.В., а також опублікованих за темою дослідження наукових праць, свідчить про дотримання автором принципів академічної доброчесності. Дисертація не містить ознак плагіату чи інших форм порушення етичних норм наукової діяльності. У роботі належним чином оформлено посилання на використані джерела при запозиченні ідей, тверджень, наукових підходів та фактологічних матеріалів. Використання літературних джерел, аналітичної інформації, законодавчої бази та

статистичних даних здійснено з дотриманням вимог чинного законодавства України про авторське право і суміжні права. У тих випадках, коли результати дослідження були опубліковані у співавторстві, у тексті дисертації застосовано лише ті положення, які є безпосереднім результатом особистої наукової праці здобувача, що підтверджується відповідними розмежуваннями авторського вкладу. Таким чином, дисертаційна робота Матвіїва В.В. повністю відповідає вимогам академічної доброчесності та етичним стандартам проведення наукових досліджень.

Дискусійні положення та зауваження до дисертації

Загалом позитивно оцінюючи наукові результати дисертаційної роботи Матвіїва Василя Володимировича та їх практичне значення, варто висловити деякі зауваження до викладення матеріалу та відзначити в ній окремі дискусійні моменти.

1. Попри значний обсяг опрацьованих джерел, у роботі бракує структурного аналізу наукових поглядів на маркетингове забезпечення доступності медичних послуг. Автором обрано соціально-орієнтований маркетинг як основу концептуальної моделі маркетингового забезпечення доступності медичних послуг, проте основна увага зосереджена на інструментах оцінювання цієї доступності за встановленими критеріями. Робота виграла б, якби в ній було також розглянуто не тільки аналітичну складову вирішення цього питання, а й комунікаційну, що могло б послужити матеріалом для розроблення відповідних практичних рекомендацій – як для регіональних органів державного управління, так і для організацій, що надають медичні послуги.

2. У роботі (п.1.3) запропоновано авторський підхід до ідентифікації маркетингових чинників недоступності медичних послуг шляхом застосування методу інверсії, що дозволяє структурувати індекс недоступності з урахуванням пріоритетів цільових груп. Такий підхід є доволі цікавим з погляду як теорії, так і практики маркетингових досліджень. Робота виграла б, якби теоретичні викладення запропонованого підходу були підтверджені практичними дослідженнями і розрахунками.

3. У роботі в розділі 2 і 3 опрацьовано з використанням порівняльно-статистичного і маркетингового аналізу багатий статистичний матеріал, який характеризує результати реформування системи охорони здоров'я в Україні. Проте варто було б більше уваги приділити проведенню власних маркетингових досліджень стану доступності медичних послуг домогосподарств України, розглядаючи це питання не тільки з позицій державного регулювання процесів їх надання, а й з позицій формування чи удосконалення маркетингової політики медичних закладів – учасників ринку медичних послуг.

4. В третьому розділі роботи проведено багатовимірний регресійний аналіз залежностей між доходами, віком, рівнем освіти, місцем проживання та ймовірністю звернення до медичних установ і побудовано прогностичні моделі розвитку ринку медичних послуг у коротко- та середньостроковій перспективі з урахуванням можливих змін соціальної політики, рівня цифровізації та міграційних процесів. Такий аналіз є доречним в контексті напрацювання рекомендацій для учасників ринку медичних послуг щодо поліпшення політики в сфері надання медичних послуг населенню. Однак певну частину проведених розрахунків доцільно було б винести у додатки (оскільки вони є однотипними), а більше уваги приділити рекомендаціям з коригування маркетингового забезпечення доступності медичних послуг (наприклад, у сфері розвитку двосторонніх комунікацій з пацієнтами з використанням сучасних інформаційних технологій, у сфері цінової політики та програм лояльності для окремих груп пацієнтів та ін.).

Наведені міркування та рекомендації є підставою для дискусії в ході захисту, свідчать про складність проблеми та дискусійність підходів до її вирішення. Та вони не змінюють загальну позитивну оцінку дослідження, проведеного Матвійвим Василем Володимировичем.

Загальний висновок

Дисертаційна робота Матвійва Василя Володимировича на тему «Маркетингове забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я» є завершеним науковим дослідженням, яке вирізняється актуальністю, високим рівнем теоретико-методологічного обґрунтування та прикладною спрямованістю.

Проведений аналіз змісту, структури, наукової новизни, ступеня обґрунтованості результатів, а також відповідності оформлення дисертації встановлює, що дана робота відповідає вимогам до дисертаційних досліджень Порядку підготовки здобувачів вищої освіти ступеня доктора філософії та доктора наук у закладах вищої освіти (наукових установах), затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 2016 року № 261 (зі змінами), Вимогам до оформлення дисертацій, затвердженим наказом Міністерства освіти і науки України від 12 січня 2017 року № 40 (зі змінами), Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії, затвердженому постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року № 44 (зі змінами), а її автор Матвій Василь Володимирович заслуговує на присудження йому наукового ступеня доктора філософії за спеціальність 075 «Маркетинг» галузі знань 07 «Управління та адміністрування».

Рецензент:

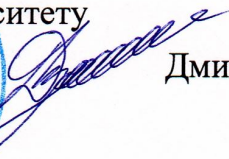
Професор кафедри менеджменту та адміністрування
Хмельницького національного університету
доктор економічних наук, професор



Валентина СТАДНИК

Підпис засвідчую:

Проректор з науково-педагогічної роботи
Хмельницького національного університету
доктор економічних наук, професор



Дмитро ВАСИЛЬКІВСЬКИЙ