

ВИСНОВОК

про наукову новизну, теоретичне та практичне значення результатів дисертації на тему: **«Маркетингове забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я»** здобувача наукового ступеня доктора філософії **Матвіїва Василя Володимировича** з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг»

Публічна презентація проведена на розширеному засіданні кафедри «Маркетингу» 10 червня 2025 року, протокол №13, в онлайн форматі (запис додається).

У результаті аналізу опрацювання теоретичних і практичних положень дисертаційної роботи, поданих до розгляду наукових публікацій за темою дисертації, результатів виконання здобувачем освітньо-наукової програми, а також за підсумками проведення фахового семінару визначено наступне.

Актуальність теми. Якість життя населення тісно пов'язана не тільки з рівнем економічного добробуту, а й значною мірою визначається ефективністю системи охорони здоров'я в країні. В цій системі одне з провідних місць належить механізмам, які забезпечують функціонування закладів охорони здоров'я. За ринкових умов господарювання головною складовою такого механізму є конкуренція на ринках відповідних послуг. Саме вона слугує спонукальним мотивом до покращання якості задоволення потреб споживачів (клієнтів), тим самим створюючи умови для розвитку тих бізнесів, які першочергово дбають про потреби клієнтів і шукають способи їх більш ефективного задоволення. За відсутності такої клієнтоорієнтованості бізнес не має шансів закріпитись на ринку.

Ринок медичних послуг також функціонує за цими принципами і є одним із тих сегментів, які в останнє десятиліття розширюються дуже стрімко. Це пов'язане з тим, що економічне піднесення, яке відбулося в провідних країнах світу на протязі останніх років суттєво змінило ставлення населення до свого здоров'я, що вплинуло й на ринки медичних послуг. Досягнення науково-

технічного прогресу в медицині, розвиток страхового бізнесу, підвищена увага суспільства, а також політичних інститутів до системи охорони здоров'я в багатьох країнах світу є чинниками, які безпосередньо формують нові ринкові механізми в системі охорони здоров'я. Свій внесок у цей прогрес зробила й інформаційна революція, яка значно розширила поінформованість суспільства щодо змісту, видів і способів надання медичних послуг. За цих умов маркетинг має виступати одним з провідних засобів, який має дати змогу медичним установам підвищувати ефективність взаємодії із потенційними клієнтами, надаючи їм усю повноту інформації про можливості ефективного лікування, тим самим формуючи механізм, який дозволить населенню отримати всі переваги взаємодії з системою охорони здоров'я, плануючи свої дії профілактичного і лікувального характеру в найбільш доступній і прийнятній для себе формі.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана відповідно до тематики наукових досліджень Хмельницького національного університету в межах науково-дослідної теми: «Моделювання стратегій безпечного розвитку інноваційно-орієнтованих соціально-економічних систем» (номер державної реєстрації: 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.

Наукова новизна одержаних результатів дисертаційної роботи полягає в поглибленні теоретико-методичних засад, узагальненні теоретичного підґрунтя, вирішенні науково-прикладних завдань щодо маркетингового забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я України.

Нові наукові положення, одержані особисто автором, які виносяться на захист, полягають у такому:

удосконалено:

- науково-методичний підхід до визначення сутності медичних послуг, на відміну від інших, він ідентифікує медичні послуги як об'єкт маркетингового впливу та акцентує на значущості маркетингового сприйняття

критеріїв, що дають змогу оцінити їх якість; це забезпечує обґрунтованість дій менеджменту медичних закладів для формування стратегії їх розвитку, позиціонування на ринку і вибору маркетингових інструментів для роботи з цільовими аудиторіями;

- науково-методичний підхід до формування критеріальної бази для оцінювання рівня доступності ринку медичних послуг в умовах реформування системи охорони здоров'я; на відміну від інших, він враховує пріоритетність у сукупних характеристиках доступності показників доходу домогосподарств і передбачає їх глибше диференціювання при формуванні та опрацюванні статистичних даних; це дає змогу органам державного управління скласти чіткішу картину причинно-наслідкових залежностей попиту на медичні послуги від рівня доходів населення і вносити необхідні корективи в цінову політику держави і систему реімбурсації в сфері регулювання вартості лікувальних засобів та процедур;

- спосіб ідентифікації маркетингових аспектів доступності медичних послуг для їх внесення у структуру інтегрального показника методом інверсії; на відміну від чинних підходів, такий метод є зворотнім відображенням характеристик досліджуваного явища і в конкретному випадку акцентує увагу респондентів на тих чинниках, які зумовлюють їх недоступність; це дало змогу структурувати складові індексу недоступності медичних послуг за їх значущістю для респондентів, що формує основу для вибору медичними закладами способу маркетингового позиціонування їх послуг на ринку і визначення напрямів покращення надання медичних послуг з урахуванням перебігу реформування системи охорони здоров'я в Україні;

- науково-методичний підхід до оцінки доступності медичних послуг з використанням інтегрального показника в територіальному розрізі, який на відміну від існуючих, передбачає можливість врахування не тільки значущості окремих показників у інтегральній оцінці, а й їх стандартизацію відносно середніх значень; це даватиме змогу органам державного управління коригувати перебіг медичної реформи в напрямках, що є більш значущими для окремих цільових аудиторій, а також вирівнювати відмінності в забезпеченні доступності

медичних послуг в регіональному розрізі;

- практичний інструментарій прогнозування сценаріїв розвитку подій на ринку медичних послуг в контексті їх доступності; на відміну від існуючих, в процесі маркетингового статистичного дослідження запропоновано порівнювати рівні актуалізації потреб в медичних послугах із рівнем їх доступності; це дає змогу виявити недоліки в системі охорони здоров'я для різних цільових аудиторій, що апробовано на прикладі домогосподарств Карпатського регіону;

отримали подальшого розвитку:

- цільові установки реформування системи охорони здоров'я в країні; на відміну від інших, вони акцентують увагу не на економічних чинниках функціонування цієї системи, а надають пріоритетність питанням доступності медичних послуг для цільових аудиторій; це відповідає концепції сталого розвитку країни і передбачає використання суб'єктами управління соціально-орієнтованого маркетингу для роботи на ринку медичних послуг, який поєднує питання якості отримання послуг з питаннями їх доступності.

- маркетингові підходи до моделювання попиту на медичні послуги домогосподарств України; на відміну від інших, їх запропоновано здійснювати за сукупністю критеріїв, що відображаються специфіку функціонування домогосподарств залежно від рівня їх доходу і в територіальному розрізі; результати такого моделювання можуть слугувати основою для коригування дій місцевої влади стосовно розвитку системи охорони здоров'я співвідносно типів домогосподарств.

Практичне значення одержаних результатів. полягає в тому, що основні положення і висновки, наведені в дисертації, доведено до рівня методичних розробок і практичних рекомендацій, впровадження яких сприятиме реалізації запропонованих напрямів формування маркетингової конкурентної стратегії закладів на ринку медичних послуг. Отримані наукові результати впроваджено на регіональному рівні та на рівні підприємств:

на регіональному рівні: в діяльності Департаменту охорони здоров'я Львівської обласної державної адміністрації (довідка №20 від 20.06.2024 р.);

на рівні підприємств: 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.).

Особистий внесок здобувача. Наукові положення, висновки і рекомендації, які виносяться на захист, одержані автором особисто. Усі результати, викладені в дисертаційній роботі, одержані здобувачем самостійно 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.

Дисертаційна робота виконана на кафедрі маркетингу Хмельницького національного університету, співкерівники: Кравчик Юрій Васильович, кандидат економічних наук, доцент, Ковальчук Світлана Володимирівна, доктор економічних наук, професор.

Розглянувши звіт подібності щодо перевірки дисертації на наявність академічного плагіату, встановлено, що дисертаційна робота Матвіїва Василя Володимировича є результатом самостійних досліджень здобувачки і не містить елементів плагіату та запозичень. Використані ідеї, результати і тексти інших авторів мають посилання на відповідне джерело. Дисертаційна робота характеризується єдністю змісту та відповідає вимогам щодо її оформлення. Стиль викладення в дисертації матеріалів дослідження є науковим і забезпечує доступність її сприйняття. Дисертаційна робота відповідає обраній темі, розкриває її та підтверджує, що авторкою вирішено поставлені у роботі завдання.

Перелік публікацій за темою дисертації. Аналіз наукових публікацій, повноти опублікованих результатів дисертації та особистого внеску здобувача, засвідчив, що результати дослідження, які викладені у дисертаційній роботі, повною мірою відображають основні положення та висновки роботи, доповідались та обговорювались на науково-практичних конференціях.

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.

Список публікацій здобувача за темою дисертації:

Статті у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України з присвоєнням категорії «А», проіндексованих у базах даних Web of Science Core Collection та/або Scopus

1. Kasianova N., Matviyiv V., Zabashtanskyi M., Dubyna M., Rogovyi A., Lashuk O. Financial Support of the Healthcare Development in the Conditions of Digitalization. Universal Journal of Public Health, 2022. Vol. 10, No. 2, pp. 209-218, DOI: <https://doi.org/10.13189/ujph.2022.100207> (Scopus)

Статті у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України з присвоєнням категорії «Б»

2. Matviyiv V. Expenditure on the healthcare system in Ukraine in the context of improving the quality of provision of medical services, *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. 2020. Vol. 15-16. P. 92–99. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2020.15-16.92> ***Індексується і реферується в базах даних:*** CrossRef; Index Copernicus; Google Scholar, Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського.

3. Matviyiv V. Analysis of provision of medical services to the population by primary medical care doctors in the conditions of health system reform: regional level. *Економічний простір*. 2020. № 164. С. 147-151. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/164-27> ***Індексується і реферується в базах даних:*** CrossRef; Index Copernicus; Google Scholar, Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського.

4. Ковальчук С.В. Матвіїв В.В. Маркетингова оцінка проблем в системі надання медичних послуг в контексті реформування сфери охорони здоров'я в Україні. *Економічний аналіз*. 2021. Том 31. № 4. С. 112-124. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2021.04.112> ***Індексується і реферується в базах даних:*** CrossRef; Index Copernicus; Google Scholar, Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського.

5 Матвіїв В. В. Рівні доступності послуг ланки первинної медичної допомоги в умовах реформування галузі охорони здоров'я: маркетинговий підхід. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2022. Вип. 21(3(52)). С. 403–434. DOI: [https://doi.org/10.18524/2413-9998.2022.3\(52\).275822](https://doi.org/10.18524/2413-9998.2022.3(52).275822) *Індексується і реферується в базах даних*: CrossRef; Index Copernicus; Google Scholar, Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського.

Праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

6. Матвіїв В. В. Актуальні проблеми оплати за медичні послуги в Україні: маркетинговий аспект. *Економічний розвиток держави та регіонів в контексті сучасних інтеграційних процесів*: матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (м. Ужгород, 19-20 травня 2023 року) / За заг. ред.: М. М. Палінчак, В. П. Приходько, В. В. Химинець та ін. Львів – Торунь: Liha-Pres, 2023. С. 131-135. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-308-1-34>

7. Матвіїв В. В. Маркетингові аспекти впливу вікової категорії респондентів на частоту та рівень звертання за профілактичними обстеженнями: статистично-економічна оцінка. *Управління персоналом у системі менеджменту організацій: тенденції та перспективи розвитку*: збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «»: (31 травня 2023 р., м. Львів). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2023. С. 107-109. URL: <https://lpnu.ua/sites/default/files/2023/pages/23984/maket230647.pdf>

8. Матвіїв В.В. Необхідність додаткової подяки лікарям: пережитки пострадянського минулого чи засіб одержання якісних медичних послуг. *International Scientific Conference Science in the Context of Modern Challenges: Problems and Development Priorities*: Conference Proceedings, June 9-10, 2023. Riga, Latvia: “Baltija Publishing”, 2023. P. 83-86. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-318-7-24>

9. Матвіїв В.В. Маркетинговий аналіз витрат домогосподарств населення на медичні послуги в умовах формування доступності вітчизняної системи охорони здоров'я *Маркетинг майбутнього: виклики та реалії*: Матеріали V

Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Київ, 9 червня 2023 року) / Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУТ. Київ, 2023. С. 37-42. https://www.dut.edu.ua/uploads/l_2273_25663204.pdf

10. Матвіїв В.В. Регіональний вимір формування змін в системі охорони здоров'я України: маркетинговий аспект. Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes. Innovatsiini tekhnolohii marketynhu i menedzhmentu v umovakh transformatsiynykh zmin: theses of the report of the II International Scientific and Practical Conference (February 28-29, 2024, Khmelnytskyi). 253 p. Karlsruhe: ScientificWorld-NetAkhatAV, 2024. С. 157-161. DOI: <https://doi.org/10.30890/978-3-98924-013-1.2024>

11. Матвіїв В.В. «Співфінансування» медичних послуг для населення в приватних закладах охорони здоров'я в Україні: маркетингові дослідження. *Маркетинг та конкурентоспроможність соціально-економічних систем в умовах сталого розвитку*: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Суми, 17-18 квітня 2024 р.). Суми: СНАУ, 2024. С. 204-206.

12. Matviyiv V. Marketing aspects establishing a regular interaction with the family doctor and receiving medical services in the conditions of war. *International Scientific Conference Transformation of the Economic System in the Modern Context: Processes, Strategies, Technologies*: Conference Proceedings (May 30-31, 2024. Leipzig, Germany). Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2024. P. 90-93. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-447-4-24>

ВВАЖАТИ,

що дисертаційна робота МАТВІЇВА Василя Володимировича на тему: «Маркетингове забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я», яка подана на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 07 «Управління та адміністрування» за спеціальністю 075 «Маркетинг», за своїм науковим рівнем та практичною цінністю, змістом та оформленням повністю відповідає вимогам пп. 6, 7, 8, 9 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), та відповідає напрямку наукового дослідження освітньо-наукової програми «Маркетинг» Хмельницького національного університету.

РЕКОМЕНДУВАТИ:

дисертаційну роботу «Маркетингове забезпечення доступності медичних послуг в системі охорони здоров'я», подану Матвіївим Василем Володимировичем на здобуття ступеня доктора філософії, до захисту.

Головуюча публічної презентації,

завідувачка кафедри маркетингу,

кандидат економічних наук, доцент

Ірина ЗАКРИЖЕВСЬКА

