

**Марина АРТЮХІНА**кандидат економічних наук,  
Слов'янський державний педагогічний університет**Олег КРАТТ**доктор економічних наук,  
ДВНЗ "Донецький національний технічний університет"

## СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ "МЕДИЧНА ПОСЛУГА" З ПОЗИЦІЙ МАРКЕТИНГУ

У статті проаналізовано чинні підходи до визначення поняття "медична послуга" з використанням маркетингового підходу.

**Ключові слова:** медична послуга, медична допомога, маркетинг.

У зв'язку з реформуванням механізму функціонування медичної галузі, відносини між пацієнтами та системою охорони здоров'я поступово переходять на цивілізовану ринкову основу. Найважливіші цінності людини – життя та здоров'я – стають предметами цивільно-правових угод. У зв'язку з цим, з одного боку, актуальним є визначення медичної послуги як предмету договору про надання медичних послуг. З іншого ж боку, з'ясування змісту медичної послуги є дуже важливим для керівників ЛПУ та маркетингологів, оскільки одним з основних елементів впливу на споживачів є товарна політика.

З'ясуванню сутності та визначенню поняття "медична послуга" присвячені праці багатьох дослідників та законодавців. Про важливість визначення поняття "медична послуга" зазначено і в рішенні Конституційного Суду України № 10-рп/2002 від 29 травня 2002 р. у справі про безоплатну медичну допомогу (Справа № 1-13/2002) [1]. Але до сьогодні поняття "медична послуга" не має офіційних тлумачень, невизначеним залишається і його співвідношення з поняттям "медична допомога". Ці дефініції дослідниками трактуються і як синоніми, і як антоніми, і як частина одна одної [1].

Метою роботи стало з'ясування сутності поняття "медична послуга" з позицій маркетингу.

На сьогодні існує безліч визначень понять "медична послуга" і "медична допомога". Наприклад, Л. В. Щербаченко подає наступне: "медична послуга – це послуга лікувально-профілактичного характеру, яка здійснюється одним або бригадою медичних працівників у процесі лікування хворого". Поняття "медична допомога" автор ототожнює з поняттям "лікування" [2, с. 170]. Шутов М. М. під медичною послугою розуміє "дії медичного персоналу по задоволенню насущних потреб пацієнтів у відновленні і підтримці здоров'я" [3, с. 286]. Він вважає, що медична послуга – це частина медичної допомоги, тобто медична допомога складається з окремих медичних послуг. Смотров О. І. медичну послугу пропонує визначати як "діяльність послугодавця, що спрямована на досягнення такого результату, корисні властивості якого здатні задовольнити потреби особи в відновленні і (або) підтриманні її здоров'я, безпосередньо в процесі протікання доцільної

діяльності послугодавця, який не має упредметненого вираження (матеріальної форми) і не може бути гарантований послугодавцем" [4].

Деякі автори медичну послугу визначають як "захід або комплекс заходів, що виходять за межі визначеної лікарем медичної допомоги, та надаються за бажанням фізичної особи або на замовлення юридичної особи на платних засадах". У свою чергу під медичною допомогою пропонують розуміти лише ту частину діяльності медичних працівників, що містить комплекс заходів, спрямованих на оздоровлення та лікування пацієнтів у стані, що на момент надання допомоги загрожує їх життю, здоров'ю і працездатності [5].

Існують також визначення медичних послуг та допомоги у зарубіжних та міжнародних документах. Наприклад, у законодавстві Росії медична послуга визначається, як "захід або комплекс заходів, які спрямовані на профілактику захворювань, їх діагностику та лікування, що мають самостійне завершене значення і певну вартість" [6]. У глосарії "Качество медицинской помощи" (Комітет охорони здоров'я Російсько-Американської міжурядової комісії з економічного та технологічного співробітництва, 1999), поняття "медична послуга" тлумачиться як ідентифікований елемент медичної допомоги і результат діяльності осіб та установ, що надають медичну допомогу, у свою чергу, медична допомога – це виражена у певній сукупності медичних послуг і спрямована на оздоровлення і лікування пацієнтів діяльність, що здійснюється професійно підготовленими працівниками, які мають на те право відповідно до чинного законодавства. У Глосарії термінів з медико-санітарної допомоги (Європейське регіональне бюро ВООЗ, Копенгаген, 1976), медична допомога визначається як "програма кваліфікованого обслуговування індивідуума з метою зміцнення, підтримання і відновлення його фізичного і психічного здоров'я".

Отже, спробуємо надати визначення "медична послуга", використовуючи теорію визначень та маркетинговий підхід. Відповідно до теорії визначень, існує декілька основних їх видів: визначення через рід і видові відмінності, семантичні та синтаксичні визначення тощо. У нашому випадку застосуємо

екстенціональний семантичний вид визначення, оскільки об'єкт, що визначається ("медична послуга" та її співвідношення з поняттям "медична допомога"), описується через вияв екстенціоналу. Це передбачає з'ясування сутності слів, з яких складаються ці поняття.

У тлумачних словниках термін "медичний (medical)" визначається як "той, що має відношення до медицини, діагностики, лікування та профілактики різних захворювань" [7, с. 527].

Послуга визначається як "особлива споживча вартість процесу праці, виражена в корисному ефекті, що задовольняє потреби людини, колективу й суспільства" [8, с. 7]. Також "послуга – 1) форма невиробничої праці і в цьому розумінні соціально-економічне відношення, що виражає споживання доходу; 2) визначена цілеспрямована діяльність, що існує у формі корисного ефекту праці ... виражає відношення обміну праці на дохід" [9, с. 339]. Або ж "дія, вчинок, що дає користь, допомогу іншому" [10, с. 339].

Допомога визначається як "1) сприяння, підтримка в чому-небудь; 2) матеріальна підтримка; 3) захист, порятунок у біді; 4) сприяння у лікуванні, полегшення страждань" [10, с. 339]. Медична допомога є "сукупністю лікувально-профілактичних заходів, що проводяться при захворюваннях, травмах, отруєннях, а також при пологах особами, що мають медичну (вищу чи середню) освіту" [11, с. 156]. Або ж "медична допомога – сукупність лікувальних та профілактичних заходів, що проводяться при захворюваннях, травмах, вагітності та пологах, а також з метою попередження захворювань та травм... Медична допомога, за винятком випадків само- та взаємодопомоги, здійснюють тільки особи, що мають медичну освіту" [12, с. 140-141].

Отже, спираючись на подані визначення, зробимо висновки:

1. З одного боку медична послуга є частиною медичної допомоги, а з іншого – медична допомога є основою медичної послуги.
2. Медична допомога складається з базових частин медичних послуг, самопомоги, взаємодопомоги та інших дій валеологічного призначення (психологічних послуг, послуг фізкультури і спорту, нетрадиційної медицини...).
3. Медична послуга має вартість і оплачується її споживачем (фізичною особою), організацією чи державою.
4. Оскільки медична послуга має вартість, вона може надаватися тільки організацією чи іншим суб'єктом господарювання, які мають на це дозвіл відповідно до чинного законодавства – наявність ліцензії, державної реєстрації та ін. (звідси і вимоги щодо наявності медичної освіти з боку основного персоналу, що надають ці послуги).
5. Медична допомога може бути надана у будь-яких обставинах, як в організаціях, так і поза ними. Отже, з одного боку, медична допомога як основа медичної послуги повинна мати вартість, оскільки при її наданні використовується праця лікаря, яка має свої норми оплати. А з іншого може і не мати вартості, тобто бути безоплатною. Наприклад, у випадку надання невідкладної медичної допомоги постраждалому в автомобільній аварії випадковим перехожим-лікарем медична допомога не має

вартості (оскільки людина, що надала допомогу не є суб'єктом господарювання).

Вислів у частині третій статті 49 Конституції України "у державних і комунальних закладах охорони здоров'я медична допомога надається безоплатно" викликає багато суперечок та непорозумінь [1]. Але він має свій сенс, оскільки надання медичної допомоги хворому є не тільки частина оплачуваної роботи лікаря, але й його обов'язок, невиконання якого карається. Наприклад, Стаття 139 Кримінального Кодексу України передбачає відповідальність за ненадання без поважних причин допомоги хворому медичним працівником, який зобов'язаний згідно з установленими правилами, надати таку допомогу, якщо йому заздалегідь відомо, що це може мати тяжкі наслідки для хворого. Ставлення з боку суспільства до роботи лікаря як до обов'язку відображається також у заробітній платі лікарів, яка в нашій країні є однією з найнижчих.

Розглянемо поняття медичної послуги з позицій маркетингу. Важливою складовою маркетингової діяльності будь-якої організації, у тому числі і закладів охорони здоров'я, є комплекс маркетингу. Першим елементом комплексу маркетингу є продукт (послуга). Медична послуга разом з традиційними властивостями послуг, такими як нематеріальність, невіддільність від виробника, неможливість транспортування і збереження, мінливість, має низку специфічних рис, властивих саме їй:

- медична послуга може бути дуже тривалою у часі, наприклад, у випадку хронічного захворювання медична послуга може надаватися протягом усього життя пацієнта;
  - не завжди відчутним є ефект від споживання послуги, наприклад, у випадку профілактичних заходів;
  - медицина більшою мірою, ніж будь-яка інша галузь, відчуває на собі вплив державного регулювання, що спостерігається у наявності переважно державного фінансування, необхідності ліцензування, вимог до кваліфікації персоналу тощо.
- М. М. Шутов навів ще такі особливості медичної послуги:
- збудована на довірі споживача до виконавця;
  - споживач послуги бере участь або присутній при її виконанні до досягнення цілі;
  - оцінка якості суб'єктивна, залежить від особистості споживача;
  - при наданні медичної послуги присутній ризик смерті [3, с. 287].

Розглядаючи медичну послугу з позицій маркетингу, варто звернути увагу на її багаторівневий склад [13, с. 11-12; 14]. Перший рівень розуміння послуги – основний, послуга за задумкою. Для медичної послуги цей рівень є саме медичною допомогою.

Другий рівень – послуга у реальному виконанні. До неї належать визначений рівень якості надання медичної допомоги, торгова марка (іншими словами назва конкретної лікарні, у якій надається ця послуга), комфорт та естетика при її наданні, сервіс чи додаткові послуги (наприклад, разом з наданням медичної допомоги щодо лікування конкретного захворювання надаються послуги з діагностики усього організму, аналізи, лікуються додаткові

захворювання, проводиться госпіталізація, транспортування, психологічна підтримка, післяопераційне обслуговування, профілактичні заходи, консультація дієтолога, медикаментозне забезпечення та інше).

Третій рівень - це всі інші рівні плюс підтримка інструментами маркетингу, а саме цінова політика, якщо послуга не є безкоштовною для споживача; політика розподілення; маркетингова політикою комунікацій.

Четвертий рівень, на якому інколи акцентують дослідники, є отримання споживачем послуги не за основним її призначенням, а за прихованими мотивами. Наприклад, одинока людина відвідує свого лікаря не з причин нездужання, а з метою поспілкуватися, отримати якусь пораду. Або споживач їде до санаторію не з метою лікування, а з туристичною метою, чи з метою пожити деякий час відокремлено від сім'ї. Отже, медична послуга з позицій маркетингу містить безліч складових і обставин, які є важливими з точки зору споживача, але не є обов'язковими з позицій державних стандартів чи ліцензійних вимог.

Треба наголосити, що медицині, як і в будь-якій іншій галузі, з метою підвищення якості медичної допомоги (а відповідно і медичної послуги) активно удосконалюються та впроваджуються медичні стандарти у вигляді клінічних протоколів [15]. Клінічний протокол складається з таких елементів: ознаки та критерії діагностики захворювання; умови при яких повинна надаватися медична допомога (у якому відділенні); діагностична та лікувальна програми; характеристика кінцевого очікуваного результату лікування; тривалість лікування; можливі побічні дії та ускладнення; рекомендації щодо подальшого надання медичної допомоги; вимоги до дієтичних призначень та обмежень. Отже, медичні стандарти й описують сутність медичної допомоги, що отримує пацієнт у закладі охорони здоров'я, у кожному окремому випадку.

Таким чином, медична послуга – це послуга лікувально-профілактичного характеру, в основі якої лежить медична допомога відповідно до існуючих медичних стандартів, підкріплена системою конкурентних переваг.

На сьогодні існує безліч підходів дослідників до визначення поняття "медична послуга", але всі вони не є досконалими. Відсутнє його визначення в Основах законодавства України про охорону здоров'я, інших нормативних актах, медичній літературі. Зважаючи на останні тенденції реформування галузі охорони здоров'я, в основі якого лежить розвиток повноцінного ринку медичних послуг, доцільним, при з'ясуванні сутності медичної послуги, було використати саме маркетинговий підхід. Отже, медична послуга з позицій маркетингу – це послуга лікувально-профілактичного характеру, в основі якої лежить медична допомога відповідно до чинних медичних стандартів, підкріплена системою конкурентних переваг.

### Список літератури

1. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням 53 народних депутатів України щодо офіційного тлумачення положення частини третьої статті 49 Конституції України "у державних і комунальних закладах охорони здоров'я медична допомога

надається безоплатно" (справа про безоплатну медичну допомогу) № 10-рп/2002 від 29 травня 2002 р., Справа № 1-13/2002 [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

2. Щербаченко, Л. В. Особливості надання платних медичних послуг у сучасних умовах / Л. В. Щербаченко // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – 2010. – №1(48). – С.168–173.
3. Шутлов, М. М. Економіка та менеджмент охорони здоров'я: регіональний аспект / М. М. Шутлов. – Харків: Основа, 2000. – 365 с.
4. Смотров, О. І. Договір щодо платного надання медичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 " «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право» / О. І. Смотров. – Харків, 2003. – 18 с.
5. Проект Закону України про внесення змін до статті 3 Основ законодавства України про охорону здоров'я (реєстр. № 2190 від 13.09.2002).
6. Приложение к приказу Министерства здравоохранения Российской Федерации и федерального фонда ОМС от 19.01.98 № 12/2 "Основные положения стандартизации в здравоохранении" [Електронний ресурс]: [http://www.ctmed.ru/DICOM\\_HL7/mz12\\_98.html](http://www.ctmed.ru/DICOM_HL7/mz12_98.html)
7. Медицинский словарь (Oxford). Том 1 (А-М): Пер. с англ. – М.: Вече, 2001. – 592 с.
8. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 / Редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавн. центр "Академія", 2002. – 952 с.
9. Большая Советская Энциклопедия. (В 30 томах) / Гл. ред. А. М. Прохоров. - [Изд. 3-е. ] – М.: Советская энциклопедия. – Т. 27, 1977.- 624 с.
10. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К: Ірпінь: ВТФ "Перун", 2001. – 1440 с.
11. Энциклопедический словарь медицинских терминов: В 3-х томах. Около 60 000 терминов / Гл. ред. Б. В. Петровский. – М.: Советская энциклопедия. – Т.2., 1983. – 448 с.
12. Краткая медицинская энциклопедия: В 3-х т. АМН СССР / Гл. ред. Б.В. Петровский. – [Изд. 2-е. ] – М.: Советская энциклопедия. – Т.2., 1989. – 608 с.
13. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика: навч. посіб. / В. Я. Кардаш. – К.: КНЕУ. – 1999.- 124 с.
14. Артюхіна, М. В. Маркетингова діяльність закладів охорони здоров'я в умовах реформування галузі / М. В. Артюхіна // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – №2 (24). – С. 135-137.
15. Артюхіна, М. В. Маркетинговий підхід до визначення якості послуг закладів охорони здоров'я / М. В. Артюхіна // Економічний простір: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2011. – № 45. – С. 42-48.

### РЕЗЮМЕ

**Артюхіна Марина, Крафт Олег**

#### **Сущность понятия "медицинская услуга" с позиций маркетинга**

В статье проанализированы действующие подходы к определению понятия "медицинская услуга" с использованием маркетингового подхода.

### RESUME

**Artyukhina Maryna, Kratt Oleg**

#### **The essence of the concept of "medical service" from the standpoint of marketing**

The article analyzes the existing approaches to the definition of "medical service" using a marketing approach.

Стаття надійшла до редакції 16.04.2012 р.