

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СЛУЖБИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЯВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ВЛОЦЛАВЕКУ  
ВИЩА ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ (ISMA)  
БАЛТІЙСЬКА МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ  
ЦЕНТР УКРАЇНСЬКО-ЄВРОПЕЙСЬКОГО НАУКОВОГО  
СПІВРОБІТНИЦТВА  
*за сприяння міжнародних організацій, медичних асоціацій  
та об'єднань*

МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ

**«СУЧАСНІ НАПРЯМИ ЗМІН  
В УПРАВЛІННІ ОХОРОНОЮ ЗДОРОВ'Я:  
МОДЕРНІЗАЦІЯ, ЯКІСТЬ, КОМУНІКАЦІЯ»**

*31 травня 2024 року  
м. Одеса, Україна*

## ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

**Запорожан Валерій Миколайович** – ректор Одеського національного медичного університету, доктор медичних наук, професор, академік НАМН України (головний редактор);

**Орабіна Тетяна Миколаївна** – директор Департаменту медичних послуг Міністерства охорони здоров'я України, асистент кафедри менеджменту охорони здоров'я Національного медичного університету імені О.О. Богомольця;

**Марічерда Валерія Геннадіївна** – перший проректор Одеського національного медичного університету, доктор медичних наук, професор (науковий редактор);

**Дьякон Роман** – президент правління Вищої школи менеджменту інформаційних систем (ISMA), доктор технічних наук, професор, академік;

**Бука Станіслав** – ректор Балтійської міжнародної академії, доктор економічних наук, професор;

**Борц Вікторія Ігорівна** – гарант освітньо-професійної програми «Управління охороною здоров'я та фармацевтичним бізнесом», професор кафедри менеджменту охорони здоров'я Одеського національного медичного університету, доктор економічних наук;

**Опря Євген Васильович** – завідувач кафедри психіатрії, наркології, медичної психології та психотерапії Одеського національного медичного університету, доктор медичних наук, професор;

**Мельник Євгенія Олександрівна** – керівник Академії Національної служби здоров'я України;

**Сєбов Денис Михайлович** – директор Комунального некомерційного підприємства «Міська клінічна лікарня № 10» Одеської міської ради, доктор медичних наук, професор;

**Гавриченко Дмитро Георгійович** – медичний директор Товариства з обмеженою відповідальністю «Дім медицини», доктор медичних наук, професор;

**Вартанова Олена Вікторівна** – професор кафедри управління та смарт-інновацій Київського національного університету технологій та дизайну, старший науковий співробітник Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені К.В. Мамутова» Національної академії наук України, практичний психолог, доктор економічних наук, професор;

**Рудінська Олена Володимирівна** – завідувач кафедри менеджменту охорони здоров'я Одеського національного медичного університету, кандидат економічних наук, доцент;

**Кусик Наталія Львівна** – начальник навчально-методичного відділу Одеського національного медичного університету, кандидат економічних наук, доцент.

С 91 **Сучасні напрями змін в управлінні охороною здоров'я: модернізація, якість, комунікація:** Міжнародна наукова конференція, 31 травня 2024 року, м. Одеса. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2024. 176 с.

ISBN 978-966-397-406-4

До збірника матеріалів конференції увійшли тези доповідей, які стали предметом обговорення учасників Міжнародної наукової конференції «Сучасні напрями змін в управлінні охороною здоров'я: модернізація, якість, комунікація» у м. Одесі 31 травня 2024 року у Одеському національному медичному університеті.

Збірник зібраний науковими фахівцями Одеського національного медичного університету і розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів.

УДК[005.5:614]-043.7"313"(062.552)

ISBN 978-966-397-406-4

© Одеський національний медичний університет, 2024  
© Українсько-польське наукове видавництво  
«Liha-Pres», 2024

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. ВІДНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК СТІЙКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ МЕДИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Аналіз механізмів забезпечення якості в системі охорони здоров'я України <b>Борщ Вікторія Ігорівна, Лазор Олена Борисівна.....</b>	<b>8</b>
Модернізація української медичної освіти в умовах глобалізації, реформ та воєного стану <b>Борщ Вікторія Ігорівна, Пастухов Олександр Олександрович .....</b>	<b>12</b>
Comparative Analysis of Risk Management in the Health Systems in Ukraine and the Republic of Kazakhstan <b>Valakh Viktoria Volodymyrivna, Alimov Olzhas.....</b>	<b>15</b>
Правове регулювання надання акушерсько-гінекологічної допомоги дітям в умовах війни в Україні <b>Валах Вікторія Володимирівна, Гладчук Зіновій Ігорович .....</b>	<b>19</b>
Система охорони здоров'я України в умовах воєнного стану: сучасні виклики та механізми їх подолання <b>Гордійчук Катерина Ігорівна.....</b>	<b>23</b>
Переваги інвестування в людський капітал в охороні здоров'я <b>Данилко Михайло Валерійович.....</b>	<b>27</b>
Медичні інновації та право інтелектуальної власності українських ЗВО <b>Дружкова Ірина Сергіївна .....</b>	<b>30</b>
Автономізації медичних закладів в умовах реформування системи охорони здоров'я <b>Клочкова Марина Володимирівна.....</b>	<b>34</b>
Просування нових медичних послуг як складова маркетингової стратегії медичного закладу <b>Князькова Валентина Яківна, Бондаренко Віта Геннадіївна.....</b>	<b>36</b>
Marketing in the field of healthcare in Ukraine: key aspects and challenges <b>Nemchenko Hanna Valeriivna, Dymar Sergii Eduardovych.....</b>	<b>40</b>
Організаційно-управлінські механізми управління ризиками в системі охорони здоров'я <b>Орабіна Тетяна Миколаївна, Марічерета Валерія Геннадіївна .....</b>	<b>44</b>
Формування адаптивного механізму управління медичним закладом у кризових умовах <b>Рудінська Олена Володимирівна, Щербакова Валерія Володимирівна .....</b>	<b>47</b>

Створення кластерного закладу охорони здоров'я спроможної мережі госпітального округу: від отримання статусу до затвердження статуту <b>Себов Денис Михайлович, Якименко Олена Олександрівна, Коротасва Вікторія Анатоліївна, Маркіна Катерина Володимирівна.....</b>	<b>51</b>
Пріоритетність доступності медичних послуг в умовах сучасної реформи та воєнного стану <b>Хлібородова Ірина В'ячеславівна, Шахов Віталій Володимирович, Лінькова Тетяна Василівна.....</b>	<b>55</b>
Впровадження кліматичних сервісів як інноваційна стратегія сталого розвитку системи охорони здоров'я України <b>Шаблій Тетяна Петрівна .....</b>	<b>59</b>

## **СЕКЦІЯ 2. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ОХОРОНОЮ ЗДОРОВ'Я**

Інформаційний менеджмент у закладах вищої медичної освіти <b>Бурячківський Едуард Станіславович, Анненкова Ірина Петрівна, Шпильова Катерина Олександрівна.....</b>	<b>63</b>
Досвід застосування цифрових технологій в стоматологічній практиці <b>Гороховський Владислав Васильович, Тарасенко Ірина Йосипівна, Швиденко Юлія Юріївна .....</b>	<b>67</b>
Впровадження маркетингових цифрових технологій в закладах охорони здоров'я <b>Кордзая Натела Ревазівна, Марічерда Валерія Геннадіївна.....</b>	<b>69</b>
Інформатизація управління медичними закладами <b>Слободяник Наталія Володимирівна .....</b>	<b>72</b>

## **СЕКЦІЯ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Сучасні питання організації системи фармацевтичного забезпечення лікарськими засобами <b>Волощук Христина Юріївна, Хлібородова Ірина В'ячеславівна, Беляєва Оксана Іванівна .....</b>	<b>76</b>
Важливість впровадження бізнес-орієнтованої системи управління на фармацевтичному підприємстві <b>Ящук Ірина Сергіївна, Унгурян Ліана Михайлівна, Беляєва Оксана Іванівна .....</b>	<b>79</b>

## **СЕКЦІЯ 4. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я ТА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ БІЗНЕСІ**

Стан здоров'я працівників медичної галузі в сучасних реаліях України

**Благовещенська Альона Вікторівна,  
Пустовойт Тетяна Борисівна, Рогова Олена Геннадіївна ..... 82**

Актуальність створення приватного медичного центру  
в галузі кардіології

**Кусик Наталія Львівна, Закритов Денис Олексійович..... 87**

Проблеми фінансування державними (комунальними) підприємствами  
у галузі охорони здоров'я

**Кусик Наталія Львівна, Кострицький Євген Євгенович ..... 91**

Актуальність створення багатопрофільних клінік  
в сегменті реабілітаційних послуг

**Кусик Наталія Львівна, Птяшко Дмитро Валерійович..... 94**

Деякі тенденції розвитку ринку приватних медичних послуг  
в Україні

**Кусик Наталія Львівна, Яблончук Вікторія Георгіївна ..... 97**

Ефективність медичного персоналу в університетських клініках  
як запорука впровадження сучасних технологій  
в сфері громадського здоров'я

**Приболовець Ксенія Олексіївна,  
Рудінська Олена Володимирівна..... 101**

## **СЕКЦІЯ 5. РОЛЬ УНІВЕРСИТЕТСЬКИХ КЛІНІК У РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ**

Університетські клініки як лідери у впровадженні передових  
медичних технологій та практик

**Бусел Світлана Валентинівна,  
Хлібородова Ірина В'ячеславівна,  
Берегова Катерина Василівна..... 104**

Вибрані питання комплексного лікування ускладнених  
декубітальних виразок м'яких тканин

**Вергун Андрій Романович, Мацях Юрій Михайлович,  
Литвинчук Михайло Михайлович..... 107**

University clinic – as a necessary condition for the formation  
of professional competences of future dentists

**Gorb-Gavrylchenko Inna Viktorivna ..... 111**

Інноваційні підходи до формування та розвитку академічного реабілітаційного центру у закладі вищої освіти <b>Горошко Вікторія Іванівна</b> .....	<b>114</b>
Роль наукових парків у комерціалізації університетських інновацій та підтримці сталого розвитку національної медичної індустрії <b>Гребенник Наталя Григорівна</b> .....	<b>118</b>

## **СЕКЦІЯ 6. ПСИХОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙ В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я**

Порядок взаємодії органів охорони здоров'я при документуванні домашнього насильства <b>Бабкіна Олена Петрівна, Данильченко Світлана Іванівна</b> .....	<b>122</b>
Навички комунікації та фасилітації при консультиванні пацієнтів без фізичного контакту <b>Белозерцева-Баранова Юлія Євгеніївна, Скороходова Юлія Вікторівна</b> .....	<b>129</b>
Аналіз факторів професійного вигорання і задоволеності життям співробітників і студентів закладів освіти в контексті управління корпоративним благополуччям <b>Варганова Олена Вікторівна, Рудінська Олена Володимирівна</b> .....	<b>131</b>
Аспекти стрес-менеджменту та шляхи подолання професійного вигорання медичних працівників <b>Красіленко Тетяна Миколаївна, Рудінська Олена Володимирівна</b> .....	<b>136</b>
Комунікація як шлях до психологічного комфорту в процесі професійної діяльності медичних працівників <b>Мовлянова Наталія Вікторівна, Федоренко Оксана Віталіївна, Хлібородова Ірина В'ячеславівна</b> .....	<b>141</b>
The psychology of marketing under martial law <b>Nemchenko Hanna Valeriivna, Bondarenko Kateryna</b> .....	<b>145</b>
Система комунікацій в комплексній медико-соціальної і психологічної допомоги хворим на деменцію <b>Прокопенко Наталія Олексіївна, Вялих Тетяна Ігорівна, Величко Наталія Миколаївна</b> .....	<b>148</b>

Професійні та комунікативні компетентності здобувачів вищої медичної освіти <b>Рожковська Наталя Миколаївна, Попова Лідія Михайлівна, Шевченко Ольга Іванівна .....</b>	<b>151</b>
---	------------

## **СЕКЦІЯ 7. ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Machine learning-driven identification of multi-targeted lead compounds among 5,6-dihydro-tetrazolo[1,5-c]quinazolines for neurodegenerative and neglected tropical diseases

<b>Antypenko Lyudmyla Mykolaivna, Antypenko Oleksii Mykolaiovych .....</b>	<b>155</b>
--	------------

Специфіка застосування штучного інтелекту в медицині  
в контексті інновацій та загроз

<b>Князькова Валентина Яківна, Криленко Володимир Ігорович....</b>	<b>159</b>
--	------------

The implementation of artificial intelligence technologies in healthcare during martial law and war

<b>Kolesnikov Yevhennii Borysovych, Kolomiets Nataliia Mykolaivna ...</b>	<b>162</b>
---	------------

Впровадження технологій штучного інтелекту  
в галузі охорони здоров'я

<b>Кузмичова Анастасія Сергіївна .....</b>	<b>166</b>
--	------------

Інноваційні рішення штучного інтелекту  
для вдосконалення діагностики та терапії

<b>Черленюк Юрій Юрійович.....</b>	<b>170</b>
------------------------------------	------------

С. 145–156. URL: <http://rinek.onu.edu.ua/article/view/243686/242543> (дата звернення: 03.05.2024).

4. Закон України «Про лікарські засоби» від 28 липня 2022 р. № 2469. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-20#top> (дата звернення: 07.05.2024).

5. Реклама медичних послуг: стратегії залучення пацієнтів. СХ. INOVA. URL: <https://www.inova.cx/advertising-of-medical-services-strategies-for-attracting-patients/> (дата звернення: 06.05.2024).

6. Селезньова О. О., Рудінська О. В., Кусик Н. Л. Вплив візуального мерчандайзингу на формування лояльності клієнтів. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 3. Том 4. С. 44–54. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/109> (дата звернення: 07.05.2024)

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-406-4-10>

## **MARKETING IN THE FIELD OF HEALTHCARE IN UKRAINE: KEY ASPECTS AND CHALLENGES**

***Nemchenko Hanna Valeriivna***

*Candidate of Economic Sciences,*

*Associate Professor at the Management of Healthcare Chair;*

*Digital Expert*

*Odesa National Medical University*

*Odesa, Ukraine*

***Dymar Sergii Eduardovych***

*Doctor*

*Limited liability company “Medical Center “MEDICAP”;*

*Master’s Degree*

*Odesa National Medical University*

*Odesa, Ukraine*

In the modern world, marketing plays an important role in the development of medical services and products. In Ukraine, where the health care sector is going through a period of reforms, marketing is becoming especially relevant. This process includes not only the promotion of services, but also the in-depth analysis of patient needs, the development of strategies to meet these needs, as well as the management of the quality of services.



The main components of marketing in health care:

- Market research: collection and analysis of data on consumer needs.
- Strategic planning: defining goals and developing action plans.
- Pricing: development of a flexible pricing policy that takes into account the capabilities of patients.
- Communication and promotion: informing patients about services and their benefits.
- Customer relationship management: maintaining constant communication with patients.

Challenges of marketing in the field of health care in Ukraine:

- Reforming the health care system: the need to adapt marketing strategies to new conditions.
- Competition: growing number of private clinics and medical centers.
- Social responsibility: ensuring the availability of medical services for all segments of the population.
- Technological progress: implementation of the latest technologies in medical practice and marketing.

Marketing in the field of health care in Ukraine should be aimed at improving the quality of medical care, ensuring the availability of services for all categories of the population, and introducing innovative approaches to treatment and patient care. This requires a comprehensive approach and a deep understanding of the specifics of the medical market of Ukraine [1, 2].

A company's marketing strategy can be significantly different in times of war or martial law compared to peacetime. In the difficult conditions of martial law, companies may have to partially or completely change their marketing strategy in order to adapt to new realities and ensure survival. Here are some factors to consider when developing a wartime marketing strategy:

Benefit and contribution to victory. In the conditions of war, it is better for enterprises to prove the benefits of their own activities for society, even when there is no direct connection between the activities and the benefits. Supporting military units or war victims, participating in socially significant initiatives and projects, etc. can help create the necessary consumer perception of a business and product during wartime.

Emotional context. Martial law causes stress and anxiety among the population. It's important to consider this context in your marketing strategy and create messages that inspire calm, hope and support. Communications should be aimed at supporting and uniting the community.

Cooperation and social responsibility. Martial law may require more cooperation with other businesses, authorities, and public organizations. A business can use its resources and expertise to help solve problems and promote recovery.

Security and protection. Marketing strategy and marketing activities should not put employees and customers at risk. Promotional messages and communications should emphasize the security measures the business is taking, as well as opportunities for safe interactions with the brand.

Changing the target audience. Martial law conditions can significantly change customer needs and behavior. The enterprise must adapt to new conditions, review its target audience and respond to their needs and priorities.

Marketing communications. Martial law conditions can significantly change the media landscape and communication channels. The company should review its marketing communications, involve new communication channels and adapt messages to the current situation.

Flexibility and innovation. Martial law conditions may require rapid changes and response to new circumstances. A business must be flexible, adapt quickly and seek new opportunities and innovations to survive and move forward.

It is important to consider that the impact of martial law on business can be very complex and different for different companies. The development of a marketing strategy should be based on a careful analysis of the specific conditions and context in which the enterprise operates. Special attention must be paid to wartime marketing communications to avoid public outrage when a company knowingly or unknowingly uses war and its symbols for its purely commercial interests.

Therefore, wartime marketing communications must be careful, sensitive, and contextual. Here are some principles to consider when developing marketing communications in such conditions:

Avoidance of exploitation. Marketing communications should not use war or war symbols for their own advertising or propaganda. They must be ethical, avoid exploiting human suffering for commercial purposes.

Safety and reliability. Messages and communications should emphasize the reliability of the products or services provided and emphasize the measures taken to protect customers. Consumer trust will help maintain customer relationships.

Sympathy and support. In marketing communications, it is important to express sympathy and support for people affected by war. It is necessary to consider the possibility of cooperation with humanitarian organizations or to get involved in charitable projects that provide assistance.

Information transparency. In times of war, people are looking for reliable and up-to-date information. The business can act as a reliable source of information that provides clear and useful advice, updates and recommendations related to the situation.

Helping the community. Marketing communications can be aimed at strengthening community and solidarity. Creating a positive mood, spreading optimism and a sense of unity can be important factors in a marketing strategy.

Adaptation to change. The conditions of war can change rapidly, so marketing communications must be flexible and ready for change. The business must be ready to adapt its messages and strategies to meet the new realities.

By emphasizing security, compassion, transparency, and shared interests, a company can maintain a positive image and show its responsibility in the face of war [3].

So to sum up – we should adapt our marketing strategy in conditions of nowadays to make our performance good.

### **Bibliography:**

1. Kniazkova, V., Huz, D., & Rudinska, O. Organization of the tax management process in health care institutions in Ukraine. *Mechanism of an Economic Regulation*. 2023. (2(100), 29–35. <https://doi.org/10.32782/mer.2023.100.05>

2. Demianchuk, Maryna; Rudinska, Olena; Kniazkova, Valentyna. Motivation of insurers' staff in the health insurance sector in the turbulent times. *Ekonomichnyy analiz*, [S. 1.], v. 33, n. 4, p. 129–142. dec. 2023. ISSN 2219-4649. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/5879> Date accessed: 16 may 2024.

3. Маркетингова стратегія під час війни та воєнного стану. URL: <https://dinanta.com/blog/marketing-during-war>