

Сапалы медициналық көмектің негізгі сипаттамасы:

1. Медициналық көмектің нәтижелігі – емделуші дәлелді медицина принциптеріне негізделген емді қабылдауы тиіс. Яғни, көрсетілген медициналық көмек белгілі бір шарттарға арналған оптималдық нәтижеге сәйкес келуі қажет.

2. Емдеу процесінің қауіпсіздігі – оған зиян келтіру емес, көмектесуге арналған емдеу барысында оған залал келтірілмеуі тиіс. Медициналық көмек көрсету барысында белгіленген ережелер мен стандарттарға сәйкес әдістер, медикаменттер, медициналық жабдықтар қолданылуы міндетті.

3. Емделушіге бағытталу – емделушінің спецификалық қажеттіліктерін ескеру қажет және емделушіні емге икемдемей, емделушіге арнап ем тағайындаған жөн. Мұнымен бірге, емделушілер тек сапалы медициналық көмекке ғана емес, медициналық қызметкерлердің мұқият болуына, кішіпейілділік танытуына да құқылы, оның ішіне емделушілердің басқа да құқықтары сақталына отырып, медициналық тұрғыдан араласуға келісім бергені туралы ақпарат кіреді.

4. Медициналық көмектің уақтылығы – қажеттілігіне қарай медициналық көмек көрсету, яғни медициналық көрсеткіштер бойынша жылдам және кезек күтсүзі.

5. Сауығып кетуін қиындататын немесе емделушінің сырқатының асқынып кету қаупін арттыратын, сонымен қатар, жаңа ауру туындау қаупін жоғарылататын дәрігерлік қателіктің болмауы (аз болуы) тиіс. Бұл дәрігердің дайындалу деңгейіне, заманауи диагностикалық және емдеу технологияларын пайдалануға, сонымен қатар, нақты жұмыс орында біліктілік белгілерін орнатуға байланысты.

6. Жеткіліктілік – медициналық көмек көрсетудің сапасы денсаулық сақтау қорларының жеткіліксіздігінен ғана емес, оны артығымен пайдаланғандықтан да төмендеуі мүмкін, бұл емдеу бағасының қымбаттауына және денсаулық сақтау шығынының артуына әкеп соқтырады.

7. Медициналық көмектің қол жетімділігі (тең құқықтық) – ұсынылған медициналық көмектің сапасына қарай емделушінің жынысы, жасы, ұлты, тұрғылықты жері, әлеуметтік-экономикалық статусы, діни сеніміне байланысты айырмашылығы болмауы тиіс. Денсаулық сақтау жүйесі белгілі бір топқа ғана емес, барлық адамға бірдей көмек көрсетуге арналған. Медициналық көмекке қол жеткізу құқығын айтарлықтай деңгейде жүзеге асыратын механизм оның стандарттығы болып табылады. Медициналық стандарттар (ауруларға хаттама толтыру) әртүрлі емдеу-алдын алу ұйымдарында көмек көрсету ерекшеліктері мен қаражаттың шектелуін түсіне отырып құрылады, сондықтан оған қажетті көмектің төменгі деңгейі кіреді.

Жыл сайын Қазақстан Республикасында халықтың денсаулығын сақтау үшін денсаулық сақтау саласының қажеттілігіне жұмсалатын мемлекет шығыны артып келеді. Бірақ, бұл шығындарды дамыған мемлекеттердегі шығын мөлшерімен салыстыруға келмейді. Мәселен, Еуроодақ елдерінде қоғамға ашық түрде сапалы медициналық көмекке баға беру жүйесі жолға қойылған. Жыл сайын медициналық мекемелердің ұпай бойынша рейтингі құрылады және ол қызметін тұтынатындар үшін денсаулық сақтаудың ұлттық жүйесінің ашықтық дәрежесі туралы баға беруге мүмкіндік береді. Мұнымен бірге, емдеу сапасы емделушінің мүддесіне – ауыр сырқаттан кейінгі сауығуына сәйкес бағаланады. Сонымен қатар, сапа белгісіне нәресте өлімі, ана өлімі, аурухана ішіндегі жұқпалы індеттер саны, т.б. жатады. Бұдан басқа, Еуроодақ елдерінде «Медициналық қызметті тұтынушылардың ынталы тобы» қоғамдық ұйымы бар, ол емделушілер көзқарасы бойынша денсаулық сақтау жүйесінің жұмысын бағалайды.

ӘДЕБИЕТ:

1. Шарабчиев Ю.Т., Дудина Т.В. Медициналық көмектің сапасы мен қол жетімділігі: қосылған жетістіктер. «Медициналық жаңалықтар», №12, 2009; 2. Лучкевич В.С. Әлеуметтік медицина негіздері және денсаулық сақтауды басқару. Санкт-Петербург, 1997; 3. Поляков И.В., Зеленская Т.М., Романов П.Г., Пивоварова Н.А. Нарықтық қатынастар жүйесіндегі денсаулық сақтау экономикасы. Оқу құралы. Санкт-Петербург, 1997.

РЕЗЮМЕ

КАЧЕСТВО МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ

Б.К. Коильбаев

Детский противотуберкулезный санаторий «Шымбулак»

Качество медицинской помощи должно быть высоким для улучшения здоровья каждого жителя государства, возможности продления жизни, улучшения демографических показателей. Для этого мы должны знать, чем определяется качество медицинской помощи, а также наметить стратегию ее улучшения.

SUMMARY

HEALTH SERVICE QUALITY

B.K. Koilybayev

«Shymbulak» Children Antituberculous Sanatorium

Health service quality shall be high for gain in health of every citizen of the country, opportunity of life prolongation, improvement in vital rates. For that end we shall know facts determining quality of medical aid, and outline its improvement strategy.

ЕМДЕУ МЕКЕМЕЛЕРІНДЕГІ МАРКЕТИНГ

Б.К. КОЙЛЫБАЕВ

«Шыңбулақ» туберкулезге қарсы балалар ишпажайы

Медициналық санақ сараптамасы денсаулық сақтау саласының белгілі бір аймақтардағы айтарлықтай жетістіктеріне қарамай, қоғам жалпы сауыға түспегенін көрсетеді. Аурулардан өлу, халықтың қартаюы созылмалы патология мен мүгедектіктің өсуіне әкеледі. Мұның бәрі одан әрі өсе беруі мүмкін медициналық қызметке мұқтаждықтың жоғарылауына әкеледі.

Адам денсаулығы ең басым қажеттілік екені белгілі, одан кейін барып, кәсіптік жетістіктер, бизнестегі табыс, мойындау т.с.с. кетеді. Дені сау болу қажеттілігі адамды сауығу тәсілдерін іздеуде белсенділік танытуына мәжбүрлейді және оған белгілі бір бағыт береді.

Адамдарға медициналық көмектің сапасы, дәрілік заттармен қамтамасыз етілуі, көрсетілген көмек пен тауарлардың баға деңгейі, медициналық қызметкердің тілектестік қарым-қатынасы, медициналық ұйымның материалдық-техникалық жағдайы мен көрсетілген медициналық көмектің ғылыми-техникалық деңгейі маңызды.

Қазақстан Республикасының Бірыңғай Ұлттық Денсаулық сақтау жүйесінің негізгі идеяларының бірі медициналық қызмет көрсетудің бәсекелестік ортасын қалыптастыру болып табылады.

Медициналық ұйымның жетекшілерінің денсаулық сақтау саласын реформалау жағдайында менеджмент

пен кәсіпкерлік салаларында білімі мен дағдылары болуы керек.

Медициналық ұйымның шаруашылық жүргізу құқығына ауысуы кезінде мемлекеттік кәсіпорынның құқықтық жағдайы өзгереді. Денсаулық сақтау саласындағы қызмет үшін Қазақстан Республикасының «Халықтың денсаулығы мен денсаулық сақтау жүйесі туралы» Кодексі негізгі құжат болып табылады. Ол денсаулық сақтау саласындағы азаматтардың денсаулығын сақтау конституциялық құқығын жүзеге асыру мақсатында қоғамдық қарым-қатынасты реттейді. Оның негізгі бағыттары – ұлттық медицина мәртебесін көтеру, денсаулық сақтау саласындағы заңнамаларды кодификациялау, оның халықаралық нормалар мен стандарттармен үндестігі, сапалы дәрілік заттармен, медициналық бағыттағы бұйымдар мен медициналық техникамен қамтамасыз ету.

Америкалық медициналық ассоциация денсаулық сақтау саласындағы маркетингті емдеу-алдын алу, қызметтердің тұтынушыға жетуі (медициналық бағыттағы тауарлар), сондай-ақ олардың жүзеге асырылу процесін жоспарлаудың, экономикалық негіздеу мен басқарудың жинақты процесі ретінде анықтайды.

Медициналық қызмет нарығы екі жақпен анықталады – медициналық қызметке мұқтаждар мен оны нарық субъектілері – медициналық қызмет немесе тауарлардың қолданылуы мен жүзеге асырылуы жүргізілетін, медициналық қызметті қолданушылар мен өндірушілердің өзара ұсыныстарын таңдау еркіндігін ұсынушы қажетті медициналық мекемелер. Яғни, қазіргі жағдайда ҚР кез келген азаматы қай аймақта тұратынына қарамастан, өзі таңдаған емхана немесе ауруханада емделуге толық құқығы бар. «Пациентпен бірге ақша да келеді» ұстанымы жұмыс істей бастайды. Мұндай жағдайда емдеу мекемелері үшін оларға келген әрбір пациент маңызды болады. Егер өзі қалағанын алса, онда сондай жағдай туындаған кезде ол тағы да осы ауруханаға келеді және туыстары мен достарына ұсыныс береді.

Денсаулық сақтау саласындағы маркетинг – бұл бизнестің ерекше саласы. Аурухананың мүддесі, пайда табу қоғам мен әрбір тұлғаның қызығушылығы қарама-қайшы келмеуі керек.

Медициналық қызмет пен медициналық бағыттағы тауарлардың, дәрілік заттардың, медициналық техника мен жаңа идеялардың алға басуы әрбір тұлғаның, халықтың, жалпы қоғамның қызығушылығын ескеріп еркін бәсекелестік негізінде жүзеге асырылуы керек, ол денсаулық сақтау саласын жетілдіруге, емдеу-алдын алу көмегінің сапасын арттыруға, ұлттың денсаулығын жақсартуға мүмкіндік береді.

Жапондық мамандар маркетинг саласында өндірілген затты сату емес, өтетін затты өндіру керектігін айтады. Маркетинг тұжырымдамасы сатып алушының тілегін өзгертуден гөрі, оның тілегін қанағаттандыратын затты ұсыну жеңілдірек екенінен шығады. Яғни, кез-келген адам емдеу мекемесіне оған дер кезінде сапалы медициналық көмектің әдепті, ұқыпты, шыдамды дәрігерлер мен медбикелер көрсеткенін қалайды. Сонымен бірге пациентке тәуліктік немесе күндізгі стационарда қажетті палатаның минималды жабдықтау жиынымен және жабдықталуымен

сәйкес талаптар болуы керек. Аурулар диагностикалық және зертханалық зерттеулерді жоғары класты заманауи аппараттарды қолданып өткісі келеді. Осы жерде адамдар оған көмектесетінін біліп, сенімді келетін жоғарғы білікті мамандар таңдаудағы емдеу мекемесі әкімшілігінің жұмысы алдыңғы қатарға шығады. Ұйымды медициналық техникалық жаңалықтарымен жабдықтау, инновациялық технологиялар енгізу, жаңа дәрілік заттар мен медициналық бағыттағы бұйымдармен қамтамасыз ету туралы сұрақтар туады. Медицина қызметкерлері олардың еңбекақысы емдеу мекемесінің қанша пайда табатынына тәуелді екенін білуі керек. Әрине, қатты науқас адамдарды көп емдеген, инновациялық технологияларды қолданған, жоғары мамандандырылған медициналық көмек көрсеткен және этика мен деонтология ұстанымдарын сақтаған дәрігер бұрынғыша жұмыс істеп үйренген және сол айлықты ешқандай күш салмай кез-келген жағдайда аламын деп есептейтін дәрігерден көп алады. Дифференциалды еңбек ақысы басталады.

ӘДЕБИЕТ:

1. Қазақстан Республикасының «Халықтың денсаулығы мен денсаулық сақтау жүйесі туралы» Кодексі 18.09.2009; 2. Қазақстан Республикасының 2011-2015 жылдарға арналған «Салауатты Қазақстан» денсаулық сақтау саласын дамыту бағдарламасы. 3. Иорганская Н.А. Денсаулық сақтаудағы маркетинг. НГМА, 2008. 4. Малахова Н.М. Денсаулық сақтаудағы маркетинг. Оқу құралы. Феникс, 2010.

РЕЗЮМЕ

МАРКЕТИНГ В ЛЕЧЕБНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Б.К. Койлыбаев

Детский противотуберкулезный санаторий «Шымбулак»

Для принятия маркетингового решения необходимо определить 3 основных фактора: желание пациента, учреждения (больницы) и общественное мнение. Общество заинтересовано в быстром и полном выздоровлении каждого своего гражданина.

Маркетинг медицинской службы возможен при наличии рынка медицинского обслуживания, при рыночных отношениях между врачом и пациентом, конкуренции врачей (медицинского обслуживания), медицинских товаров и их производителей.

SUMMARY

MARKETING IN MEDICAL INSTITUTIONS

B.K. Koylybayev

«Shymbulak» Children Antituberculous Sanatorium

In order to make the marketing decision, three basic factors shall be specified: willingness of the patient, institution (hospital) and public opinion. The society is interested in quick and full recovery of all its citizens.

Medical service marketing is possible only in case of availability of medical service market, market relations between a doctor and a patient, doctoral (medical service) competition, medical-care products and their manufacturers competition.