

О ВОЗМОЖНОСТИ ОПТИМИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА НА КАФЕДРЕ «БИМЕДИЦИНСКАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ТЕХНИКА» ПУТЕМ ВВЕДЕНИЯ НОВОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ПО НАПРАВЛЕНИЮ – МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Квашнина С.И.

Тюменский государственный нефтегазовый университет,

Тюмень, Россия.

«Только наука изменит мир, наука в широком смысле слова: и как расщеплять атом, и как воспитывать детей и взрослых тоже».

Н.М.Амосов

Гигантский научно-технический прогресс в мире, характерный для конца XX и начала XXI столетия, наглядно демонстрируют огромную роль науки и научных знаний в развитии материального производства, улучшения качества жизни людей и развития культуры. По мере развития человечества роль науки и рост научных знаний будут, бесспорно, возрастать. Поэтому закономерным является то огромное внимание, которое уделяется развитию науки и воспроизводству научных знаний в странах с высоким уровнем развития производительных сил и качеством жизни. Недаром М.В. Ломоносов, обращаясь к своим ученикам, оканчивающим университет, говорил напутственные слова: «Поработаем на благо России!» Россия много позже бурно прошла от сохи до атомной бомбы и первого запуска искусственного спутника земли и, заслуга Высшей школы в этом определяющая.

Как мы знаем, одними из первых технических средств, используемых для целей медицинской диагностики, были простейшие физические приборы: ртутный термометр Г. Фаренгейта (1714) для определения температуры тела, звукоусилительная трубка для прослушивания шумов сердца и дыхания – стетоскоп Р. Лаянека (1819) и другие, применяемые до настоящего времени. Развитие техники, появление электроники и микроэлектроники привели к созданию высокочувствительных методов регистрации биологических сигналов и эффективных средств их обработки для получения диагностической информации. Эффективность современных медицинских технологий тесно связана с совершенствованием методов и инструментальных средств объективного контроля состояния пациентов в процессе лечения. Построение инструментальных средств диагностики состояния пациентов основано на регистрации биологических сигналов и их последующей обработке с целью определения показателей, характеризующих работу важнейших органов и систем организма человека. Современный уровень развития техники и технологии в сфере промышленного производства находится в той стадии, когда достичь качественно нового скачка в повышении его эффективности возможно на основе интеграции сведений различных областей науки и техники. Не является исключением и область здравоохранения, где на стыке медико-биологических и инженерных знаний создаются новые прогрессивные биотехнические и медицинские аппараты с системами по лечению, комплексной диагностике и профилактике заболеваний.

При этом, структура профессиональной культуры выпускников медико-технических специальностей ВУЗов и студентов-медиков, необходимая для успешной деятельности в современных экономических условиях, настоятельно требует налаживания для них подготовки по современному менеджменту и маркетингу в сфере здравоохранения и медицинской техники. Эти знания необходимы для того, чтобы студенты могли в короткие сроки определить свою позицию в процессах реформирования системы здравоохранения, выработать умение самостоятельно ставить цели, принимать решение с опорой преимущественно на собственные силы и нести за них ответственность.

Пора предоставлять места профессионалам, в том числе, и пока малочисленным в системе образования и в структуре здравоохранения грамотным менеджерам, способным для начала понимать задачи российского здравоохранения, а затем четко и жестко претворять их в жизнь.

В связи с этим, целью нашей работы явился поиск возможностей оптимизации учебного процесса на кафедре «Биомедицинская электронная техника» в ИИ и Г ТюмГНГУ путем введения новой дисциплины по направлению – менеджмент и маркетинг в здравоохранении

Принимая во внимание социальную значимость этой проблемы, необходимо организовать подготовку специалистов в области бизнеса и менеджмента в биомедицинской инженерии и здравоохранении.

Думаем, что было бы не плохо ввести на кафедре «Биомедицинской и электронной техники» дополнительный индивидуальный план обучения студентов. Они, получив базовый набор знаний, в том числе по основам маркетинга и менеджмента в биомедицинской инженерии, затем специализировались бы в организационно-экономической сфере.

Для этого необходимо введение новой дисциплины - "Внешнеэкономическая деятельность в здравоохранении", в которой рассматриваются такие структурные подразделения, как внешнеэкономические связи и возможности менеджмента в сфере здравоохранения; внешнеторговые сделки, их виды, процедура подготовки, заключения и исполнения; основы экономической

деятельности на мировом рынке товаров медицинского назначения; особенности законодательства различных стран в сфере медико-инженерного бизнеса и др.

Следует отметить, что менеджмент в здравоохранении является весьма специфической сферой, включающей в себя ряд разделов:

*медико-технический менеджмент, направленный в основном на производство медицинской аппаратуры и лекарств, оснащения ими медицинских учреждений с последующим сервисным обслуживанием;

*финансовый менеджмент, только начинающий серьезно проникать в здравоохранение, но роль которого стремительно возрастает;

*страховой менеджмент, призванный преодолеть все трудности становления страховой медицины;

*инвестиционный менеджмент и формирование кредитной политики с учетом общеизвестных мировых истин - медицинский бизнес является одним из самых прибыльных и стабильных, но требующим определенного терпения в его реализации;

*административный менеджмент и управление персоналом и лечебными учреждениями различного типа (государственными, частными, смешанными и т.п.) и различного уровня;

*предпринимательство, право, маркетинг и реклама, учитывающие всю специфику выхода медицинских товаров и услуг на внутренний и внешний рынки с использованием современных информационных технологий.

Медицинский маркетинг отличается от классического именно специфичностью и разнообразием медицинских услуг, рынок которых также имеет свои особенности:

*быстрое расширение за счет использования новых технологий;

*наличие государственных и негосударственных бесприбыльных организаций в сочетании с большим количеством небольших частных коммерческих организаций;

*строгая регламентация продаж медицинских услуг;

*периодически возникающая монополизация определенных услуг, например, в силу территориальных проблем или их уникальности;

*трудность формирования ценовой политики, т.е. установления связи между ценой и эффективностью медицинских услуг;

*специфика и трудность рекламы, направляемой как на врача, так и на администратора и на пациента, с учетом определенных медицинских школ и подходов к лечению тех или иных заболеваний, а также откровенного лоббирования.

Реализация концепции маркетинга биомедицинской техники включает в себя следующие позиции: выбор и описание биомедицинской техники, выбор целевых рынков, выбор методов и средств маркетинговых коммуникаций, ценообразование, сбыт био- и медицинской техники

Можно выделить основные первоочередные задачи менеджмента и маркетинга в здравоохранении: изменение социальных приоритетов России в пользу сферы здравоохранения; анализ оптимальных организационных структур здравоохранения и использование их опыта; определение необходимого уровня обслуживания различных имущественных групп населения и различных регионов страны; выработка финансовой и инвестиционной политики; развитие собственного производства, как решение проблем, возникающих при закупке и обслуживании импортной техники (дороговизна, запчасти, регламентное обслуживание); мотивация хорошей работы как персонала, так и учреждений здравоохранения; обобщение положительного опыта, развитие рынка образовательных услуг и подготовка специалистов, способных решать указанные задачи.

Необходимо отметить, что уже сейчас овладение принципами современного менеджмента и подготовка квалифицированных биоинженеров-менеджеров для системы здравоохранения позволит осуществить количественный и качественный скачок в деле поддержания здоровья россиян.

Повышение качества образовательного уровня в плане оптимизации менеджмента в системе здравоохранения будет являться важным шагом в деле улучшения здоровья населения России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. "Компьютерные технологии в медицине". - 1998. - № 1.

2. "Медицинская и фармацевтическая технология России". 1998. - Декабрь.
3. Газета "Медицинский бизнес" - 1998. - № 1-12.
4. Материалы выставки "Здравоохранение - 98".
5. Малахова Н.Г. Маркетинг медицинских услуг: Методическое пособие. – М.: Книжный мир, 1998.
6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. - СПб: Питер Ком, 1998.