

7. МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

7.1. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ УСТАНОВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Борзенко К.В., аспирант,
кафедра «Маркетинг и реклама»

Ростовский государственный экономический университет, г. Ростов-на-Дону

В центре внимания в данной статье находится проблема повышения эффективности сферы здравоохранения в современной Российской Федерации с помощью привлечения частного бизнеса к ее финансированию и управлению. В статье обосновывается необходимость развития государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения, выявляются основные проблемы на его пути, а также определяются перспективы их решения в условиях установления маркетинговых отношений в данной сфере и разрабатываются соответствующие рекомендации.

Литература

1. Андреева О.В. и др. Государственно-частное партнерство в здравоохранении [Текст] / О.В. Андреева, А.А. Сайтгареева, О.А. Волкова // *Общественное здоровье и здравоохранение*. – 2014. – №4. – С. 61-68.
2. Багдасарян С.Л. Методологические аспекты формирования механизма эффективного маркетинга в системе здравоохранения [Электронный ресурс] / С.Л. Багдасарян // *Управление экономическими системами: электронный науч. ж-л*. – 2015. – №4. – С. 58.
3. Ганеев А.М. Государственно-частное партнерство как источник финансирования системы здравоохранения [Текст] / А.М. Ганеев // *Страховое дело*. – 2015. – №7. – С. 51-54.
4. Гладков К.В. Государственно-частное партнерство как источник компетенций частного партнера в здравоохранении [Текст] / К.В. Гладков // *Современные проблемы науки и образования*. – 2016. – №2. – С. 125.
5. Грачев М.М. Государственно-частное партнерство: история и перспективы развития в сфере здравоохранения [Текст] / М.М. Грачев, Е.В. Шебашева // *Инновационные технологии управления и права*. – 2014. – №3. – С. 131-135.
6. Жердев Р.А. Государственно-частное партнерство как драйвер развития отечественного здравоохранения [Текст] / Р.А. Жердев // *Российское предпринимательство*. – 2015. – Т. 16 ; №18. – С. 3125-3138.
7. Михель Ю.В. Маркетинг как неотъемлемая функция управления в здравоохранении [Текст] / Ю.В. Михель, Д.В. Губина // *Экономика и социум*. – 2014. – №2-3. – С. 456-459.
8. Музалевская А.А. Маркетинг в деятельности учреждения здравоохранения [Текст] / А.А. Музалевская // *Вестн. Орел-ГИЭТ*. – 2015. – №3. – С. 63-66.
9. Пискунов С.В. Государственно-частное партнерство в управлении здравоохранением [Текст] / С.В. Пискунов, Н.Г. Чевтаева // *Вопросы управления*. – 2015. – №3. – С. 38-48.
10. Рожкова Е.В. Государственно-частное партнерство: сущность, значение, основные направления реализации в сфере здравоохранения [Текст] / Е.В. Рожкова, О.В. Касенко // *Сб. конф. НИЦ Социосфера*. – 2015. – №19. – С. 7-9.
11. Щербакова К.С. Государственно-частное партнерство в сфере здравоохранения [Текст] / К.С. Щербакова // *Экономика. Бизнес. Банки*. – 2015. – Т. 1. – С. 94-102.

Ключевые слова

Государственно-частное партнерство; сфера здравоохранения; маркетинговые отношения; медицинские услуги; современная Россия.

Борзенко Ксения Витальевна

РЕЦЕНЗИЯ

Для формирования конкурентоспособной на мировой арене экономики важно не только хозяйственное, но и социальное развитие. В этом аспекте обеспечение высокой эффективности и проведение модернизации сферы здравоохранения в современной Российской Федерации является одной из первоочередных задач, актуальность научного обоснования и поиска решения которой не вызывает сомнения.

В рецензируемой статье автор приводит убедительные научные доводы в пользу необходимости применения механизма государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения, а также обосновывает необходимость ее маркетингизации, что определяет ее теоретическую значимость.

Предложенный в работе проект государственно-частного партнерства в сфере здравоохранения, направленный на создание электронного портала в целях повышения мобильности пациентов и роста качества медицинских услуг, обладает высокой практической ценностью для современной РФ. Автором отражены функции всех участников предлагаемого проекта и потенциальные преимущества для заинтересованных сторон.

Новизну представляет не столько сама идея создания такого портала, сколько ее научная проработка с точки зрения использования для этого механизма государственно-частного партнерства и извлечения из этого маркетинговых преимуществ.

Доказательность и логичность авторских выводов, а также оригинальный подход к решению проблем развития российской сферы здравоохранения с помощью механизма государственно-частного партнерства в условиях установления маркетинговых отношений позволяют рекомендовать статью к публикации в журнале «Аудит и финансовый анализ».

Чащин В.В., д.э.н., ректор, Уральского института фондового рынка, г. Екатеринбург.