

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В УЧРЕЖДЕНИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

*Е. А. Спыну, студент группы 10507220 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель Т. К. Савко*

*Резюме – учреждения здравоохранения с большим опытом на рынке имеют широкий спектр услуг, которые включают в себя консультации с узкими специалистами, диагностику, оперативное лечение и период реабилитации. Для того, чтобы успешно оптимизировать такие услуги используются несколько стратегий, например, присутствие в Интернете, внедрение уникального имиджа, программ лояльностей и прочее. Однако требуется соответствие при проведении мероприятий по оптимизации стандартам политики конфиденциальности и медицинской этики.*

*Resume – health care institutions with extensive experience in the market have a wide range of services that include consultations with specialised specialists, diagnostics, surgical treatment and rehabilitation period. In order to successfully optimise such services, several strategies are used, such as web presence, unique image, loyalty programmes and others. However, compliance with the standards of confidentiality policy and medical ethics is required for optimisation activities.*

**Введение.** Учреждения медицинского профиля предлагают широкий спектр услуг, начиная от лабораторных и диагностических исследований, консультаций с узкими специалистами и заканчивая оперативным лечением, реабилитацией и другими видами услуг. Спрос на такие услуги варьируется от различных социально-экономических и демографических факторов. Однако доступность к платным медицинским услугам может быть установлена неравномерно между социальными группами общества и внутри страны в целом. Ключевыми триггерами могут выступать: недостаточная инфраструктура в некоторых районах, ограничения в ресурсах среды малонаселенных объектов, низкий уровень доходов населения.

**Основная часть.** В наше время существует большое количество стратегий, которые могут быть полезны для оптимизации платных медицинских услуг. Основные виды перечислены ниже [1; 2; 3]:

1. Использование уникального имиджа. Каждой организации важна репутации на рынке предоставления услуг и медицинской помощи, благодаря цветовой схеме, логотипу и слогану, потенциальный пациент может оценить приблизительный сервис, который ему будет предоставлен по прибытию в учреждение, а также составить отзыв на первое впечатление.

2. Присутствие на онлайн-платформах. При разработке сайта учреждения здравоохранения может продемонстрировать весь перечень услуг и

цен, общую информацию, контактные данные, информацию о действующем руководстве и к кому можно обратиться.

3. Принятие участия в различных выставках и медицинских конференциях. Такая стратегия даст возможность организации заявить о себе на рынке и создать сотрудничество с новыми партнерами, тем самым привлечь клиентов.

4. Проведение и организация медицинских мероприятий. К ним могут относиться такие виды как: информирование пациентов на различные темы болезней через семинары или онлайн-встречи, проведение бесплатных акций, где можно пройти обследование и так далее.

5. Создание программ лояльности. К таким программам можно отнести: внедрение скидок при повторном посещении, комплексов с базовыми обследованиями, которые можно пройти в один день, подарки пожилым людям с сахарным диабетом и другими заболеваниями, бесплатные консультации с последующим лечением.

6. Сотрудничество с другими учреждениями здравоохранения. Так, качество оказания услуг в стационарных условиях зависит от уже проделанных обследований и анализов вне больницы. Важную роль играет и взаимодействие с такими организациями, как поликлиники, ЦГЭ, лечебно-профилактические учреждения и даже частные организации. Именно благодаря им оптимизация услуг может происходить под гигиеническим и санитарно-эпидемиологическим контролем, наблюдением участкового врача и других специалистов поликлиники, а также помогать в реабилитационных процедурах и мероприятиях пациентов.

7. Сотрудничество с частными бизнесами. Многие бизнесы в сфере спорта, общественного питания, предоставления СПА-услуг требуют обязательное прохождение медицинской комиссии. Это дает гарантию не только безопасности оказания услуг их клиентам, но и отслеживать состояние здоровья сотрудников на должном уровне. С помощью разработанных комплексов услуг есть возможность сохранить и качество, и время, и удовлетворенность пациентом посещением данного учреждения.

**Заключение.** Каждый из приведенных выше методов оптимизации может быть использован в зависимости от области, которую организация хочет усовершенствовать. Однако при выборе не стоит забывать о соответствии оказания услуг со стандартами конфиденциальности и медицинской этики. Такие методы оптимизации применяются как в совокупности, так и по отдельности. Каждый метод может быть присущ исходя из потребностей учреждения и его особенностей. Именно применение инновационных решений в области оказания медицинских услуг является основным фактором эффективной реализации таких методов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Использование информационных технологий для создания бизнес-плана, финансовых моделей для организации [Электронный ресурс]. – Ре-

жим доступа: [lar.uspu.ru/bitstream/uspu/8117/2/22Shishkinae.pdf](http://lar.uspu.ru/bitstream/uspu/8117/2/22Shishkinae.pdf). – Дата доступа: 29.04.2024.

2. Управление и экономика здравоохранения: учебное пособие для вузов / под ред. А. И. Вялкова. – 3-е издание. – 2009. – 664 с.

3. Володько, О. В. Экономика организации: учебное пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй. – Минск: Вышэйшая школа. – 2017. – 214 с.

4. Тимофеев, М. И. Маркетинг / М. И. Тимофеев. – М.: Инфра-М, 2015. – 224 с.

УДК 331.5

## ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА

*В. С. Сулова, студент группы 10507121 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель Г. Д. Веренич*

*Резюме – данная статья посвящена исследованию возникающих трудностей при внедрении искусственного интеллекта в различные бизнес-процессы.*

*Resume – this article is devoted to the study of emerging difficulties when introducing artificial intelligence into various business processes.*

**Введение.** Искусственный интеллект является очень перспективной технологией, так как выводит предприятия на новый уровень осуществления деятельности посредством оптимизации бизнес-процессов, снижения затрат на оплату труда, более четкого прогнозирования и выявления трендов. Однако, на данный момент возникают сложности с внедрением данной технологии.

**Основная часть.** Рассмотрим одни из самых распространенных проблем, связанных с внедрением искусственного интеллекта.

Многие компании задумываются о внедрении искусственного интеллекта, однако не знают, где его внедрить. Чтобы найти решение данной проблеме, стоит задуматься, где можно заменить работу людей на нейросети, и какие есть данные, которые могут пригодиться нейросети. Исходя из такого анализа компания может получить для себя несколько вариантов, как повысить свою эффективность с помощью искусственного интеллекта. Часть из них будут невыгодными, но некоторые варианты из них будут рентабельными и принесут компании реальный финансовый эффект.

Также многие компании не понимают выгоды от внедрения искусственного интеллекта. В основном, чтобы понять, эффективно ли нововведение, компании ориентируются на показатели прибыли. Однако, если дело касается искусственного интеллекта, не стоит измерять все прибылью. Ведь главные выгоды внедрения искусственного интеллекта – это облегчение работы отдельных подразделений компании, появление новых возможностей и улучшенные взаимоотношения с клиентами. Компаниям не стоит