УДК 004:658.64
JEL C 80, L 86, M 31
DOI 10.33244/2617-5940.2.2023.23-38

Л. Петренко,
канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри інформатики та системології, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана
e-mail: lpetrenko@kneu.edu.ua
ORCID ID 0000-0002-4794-2566;
В. Ніжегородцев,
канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри комп'ютерних та інформаційних технологій і систем, Державний податковий університет
e-mail: nizhegorodcev@ukr.net
ORCID ID 0000-0001-9434-0564;
А. Дубініна,
магістрант 2 року навчання спеціальності «Маркетинг»
e-mail: petrenkonastia1909@gmail.com
ORCID ID 0009-0006-4388-1110;
Л. Іванова,
ст. викладач кафедри аудиту, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана
e-mail: ivanovali@kneu.edu.ua
ORCID ID 0000-0001-8281-0370

ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА DOCDREAM У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ АВТОМАТИЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УСТАНОВИ

У статті розглядаються особливості впровадження підходів та технологій CRM у діяльність приватних медичних установ, які планують працювати у парадигмі клієнтського маркетингу. Представлено основні принципи побудови медичної інформаційної системи DocDream, яка призначена для інформаційної підтримки та автоматизації усіх видів діяльності сучасного медичного закладу. Описано основні складові частини інформаційної системи, зокрема в забезпеченні автоматизації маркетингової діяльності медичної установи. В інформаційній системі

DocDream є можливість аналізу графіки, віртуальних образів із застосуванням імерсійних 3D-технологій і спеціального програмного забезпечення цифрової обробки та генерації зображень. В інформаційній системі закладена можливість про запровадження середовища віртуальної реальності, яка відбувається в електронній формі, робочі матеріали збираються у згруповані віртуальні бази даних, дозволяючи об'єднувати індивідуальні знання співробітників в єдине колективне знання. Отже, результати роботи кожного медичного співробітника отримують можливість використовувати всі інші.

Ключові слова: *маркетинг, інформаційна система, медична установа.*

L. Petrenko,
PhD in Economics, associate Professor of the Department of Informatics and systemsology,
Kiev National Economic University named after Vadym Hetman,
e-mail: lpetrenko@kneu.edu.ua
ORCID ID 0000-0002-4794-2566;
V. Nizhehorodtsev,
PhD in Pedagogy,
Associate Professor of the Departmen of Department of computer and information technologies and systems,
State Tax University
e-mail: nizhegorodcev@ukr.net
ORCID ID 0000-0001-9434-0564;
A. Dubinina,
second-year master's student
Marketing specialty
e-mail: petrenkonastia1909@gmail.com
ORCID ID 0009-0006-4388-1110;
L. Ivanova,
senior lecturer of the Audit Department,
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
e-mail: ivanovali@kneu.edu.ua
ORCID ID 0000-0001-8281-0370

DOCDREAM INFORMATION SYSTEM IN PROVIDING AUTOMATION OF MARKETING ACTIVITIES OF THE INSTITUTION

The article examines the peculiarities of the implementation of CRM approaches and technologies in the activities of private medical institutions that plan to work in the client marketing paradigm. The main principles of building the medical information system «DocDream», which is intended for information support and automation of all types of activities of a modern medical institution, are presented. The main components of the information system are described, in particular, in ensuring the automation of marketing activities of a medical institution. The DocDream information system has the ability to analyze graphics, virtual images using immersive 3D technologies and special software for digital processing and image generation. The information system includes the possibility of introducing a virtual reality environment, which takes place in electronic form, working materials are collected in grouped virtual databases, allowing to combine the individual knowledge of employees into a single collective knowledge. Thus, the results of the work of each medical employee get the opportunity to use all others.

Key words: *marketing, information system, medical institution.*

Метою дослідження є дослідження процесу забезпечення автоматизації маркетингової діяльності лікувальної установи завдяки використанню інформаційної системи DocDream.

Постановка проблеми. Сьогодні автоматизація – це невід’ємна частина діяльності будь-якого підприємства. Нові технології не тільки поліпшують бізнес, але й на створюють умови для якісного медичного обслуговування. Аналогічно всім іншим виробничим сферам автоматизація діяльності властива і медичним установам, які впроваджують медичні інформаційні системи. У сфері медицини автоматизація досить важлива, особливо для медичних установ, в яких щодня проходить величезний потік

пацієнтів, такими є як приватні, так і державні установи. У цій статті розглянемо програмний продукт DocDream, що використовується в автоматизації бізнес-процесів медичних установ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань розробки та впровадження інформаційних систем для лікувальних закладів займались такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як І. В. Ємелін, Ю. Л. Перов, В. О. Качмар, А. І. Хвищун. Роботи цих вчених сприяли удосконаленню систем автоматизації медичних закладів, проте цей напрям потребує подальшого розвитку з метою покращення автоматизації управлінської та маркетингової діяльності.

Методи дослідження. Інформаційна система DocDream є програмним продуктом у сфері медицини, яка надає інструменти для управління маркетинговими процесами, збору та аналізу даних, роботи з клієнтською медичною базою та інші можливості для полегшення маркетингових завдань. Докладніше про можливості та функціональну систему DocDream можна дізнатися, скориставшись офіційною документацією, вебсайтом компанії або з інших джерел, які надають інформацію про цей продукт.

Виклад основного матеріалу. Сучасний розвиток інформаційного забезпечення маркетингової діяльності значною мірою пов’язаний із розробленням та впровадженням новітніх технологій управління. Від наявності інформаційних потоків, рівня сучасних технологій і способів отримання, розподілу й оброблення маркетингової інформації про стан об’єкта управління залежить раціональність управлінських рішень. Очевидно, що інформація як сукупність знань, даних, фактів, характеристик про відповідні ринкові явища, процеси, взаємозв’язки і взаємовідносини на ринку набуває значення основного інструменту маркетингового управління. Мінливе ринкове середовище висуває підвищені вимоги до маркетингової інформації про довкілля, що спонукає до вибору найкращих механізмів інформаційного забезпечення управлінської діяльності й ефективного використання маркетингової інформації.

Маркетинг послуг займає особливе місце у сфері комерційної медицини, тому що результати маркетингової діяльності безпосередньо відображаються на фінансовому результаті. Зокрема, вивчення ринку медичних послуг, зокрема сегментація, аналіз кон'юнктури ринку, конкурентів, безпосередньо впливає на стратегічні рішення медичної організації. Клієнтську політику приватного лікувальної установи можна характеризувати як процес побудови, підтримки та розвитку довгострокових взаємовигідних відносин між медичною організацією і клієнтами для взаємної користі, у разі якого приватний лікувальний заклад надає платні медичні послуги, а клієнти їх споживають.

Основними рисами маркетингу в охороні здоров'я є орієнтація менеджменту приватних лікувальних установ на високу значущість якісного обслуговування пацієнтів, тобто оперативного надання якісних медичних послуг та супутніх сервісів пацієнту, безперервний контакт із ним, акцент на споживчій цінності медичних послуг та високі вимоги до виконання очікувань пацієнтів. Сьогодні базовою умовою успішного розвитку медичного бізнесу в умовах конкуренції стає його підвищена увага до потреб кінцевих споживачів – включаючи розробку та застосування у повсякденній діяльності спеціальних інструментів та технологій управління взаємовідносинами з пацієнтами. Клієнтська політика є потужним стимулом для систематичної та ефективної роботи з побудови внутрішньо-фірмового єдиного інформаційного простору, консолідації інформації від усіх підрозділів медичної організації та її партнерів (страхових медичних компаній, постачальників медичного обладнання тощо), створення та розвитку необхідної для повноцінного функціонування клієнтської бази, впровадження електронних історій хвороби.

Керівництво лікувальної установи визначає конкретні цілі та пріоритетні завдання з побудову довгострокових взаємовигідних відносин зі споживачами медичних послуг шляхом підвищення якості медичного обслуговування пацієнтів завдяки використанню єдиних автоматизованих

процесів, підвищення ефективності роботи реєстратури та медичного персоналу, оптимізації комунікацій між підструктурами медичної організації, формування ефективної клієнтської бази пацієнтів із збереженням повної історії їх лікування, включаючи ресурсне забезпечення та систему контролю клієнтської бази пацієнтів.

Можемо виділити декілька показників зростання лікувальної установи завдяки маркетинговій політиці. Це, по-перше, збільшення кількості нових споживачів медичних послуг (екстенсивний розвиток та захоплення частки ринку). По-друге, збільшення доходу на одного пацієнта (інтенсивний розвиток та концентрація на найбільш прибутковій частині клієнтської бази або підвищення середнього доходу зі споживача медичних послуг. По-третє, збільшення кількості клієнтів, які стали постійними споживачами медичних послуг (зростання показника конверсії разових клієнтів у постійні). По-четверте, це збільшення відсотка лояльних споживачів медичних послуг (зниження показника відсотка відтоку клієнтської бази) тощо.

Якщо свідчити про скорочення витрат, то можна виділити такі показники, як, по-перше, зниження тривалості обробки вхідних дзвінків (економія на персоналі реєстратури), а, по-друге, зниження вартості маркетингових комунікацій (вибір оптимального маркетингового каналу взаємодії з цільовою аудиторією, підвищення ефективності витрачання коштів на рекламу – скорочення рекламного бюджету.

Розглядаючи питання оптимізації використання фінансових ресурсів та можливості фінансування маркетингових досліджень, необхідно раціонально підійти до питання вибору інформаційної системи, яка повинна покривати потреби формування масиву даних для маркетингового аналізу. Спеціалізованим програмним забезпеченням є інформаційна система медичної організації, адаптована для накопичення, зберігання та вивантаження великих масивів даних для подальшої аналітичної обробки інформації. Нині маркетингова політика здійснюється з використанням передових управських та інформаційних підходів і технологій – CRM.

Процедури та технології CRM орієнтовані на формування особливих відносин приватного лікувального закладу з пацієнтами, які відчувають почуття симпатії, поваги до лікарів і задоволені медичними послугами та додатковим сервісом конкретної медичної організації Ці відносні характеристики утворюють феномен клієнтської лояльності. Лояльність пацієнтів – це результат ефективного менеджменту та маркетингу, в процесі якого пацієнтам надаються якісні медичні та супутні сервісні послуги [1; 2].

Сучасні інформаційні технології, організація баз і банків даних забезпечують прямий і зворотний обмін інформацією та доступ до неї користувачів на всіх стадіях управління. Особливо це важливо на стадії прийняття рішень під час оцінювання альтернативних варіантів, коли маркетолог може зробити новий розрахунок за іншою методикою або виявити потреби в додаткових даних і повернутися до стадії збирання даних. Наявність актуальної інформації дозволяє оперативно стежити за станом зовнішнього середовища та оцінювати внутрішню ситуацію, координувати маркетингову стратегію з урахуванням змін, отримувати інформаційну підтримку під час прийняття рішень, що в результаті дозволяє підвищити показники діяльності фірми чи підприємства.

Засобами нових інформаційних технологій є програмно-апаратні засоби й пристрої, що функціонують на базі мікропроцесорної, обчислювальної техніки, а також сучасних засобів і систем інформаційного обміну, які забезпечують операції збору, продуціювання, накопичення, збереження, обробки, передачі інформації [3].

Інформаційна система (далі – ІС) у медичній установі як комплексний програмний продукт забезпечує автоматизацію усіх основних процесів, пов’язаних із роботою медичних установ як загальної, так і вузької спеціалізації.

Сьогодні на українському ринку понад три десятки різних медичних інформаційних систем (далі – МІС). Ухвалюючи рішення щодо того, яку саме МІС обрати, керівник чи власник медичного закладу має звернути увагу на

побажання медичних працівників, а також зручність функціоналу МІС та відповідність її потребам закладу, адже робота в системі буде вестись щоденно.

Медична інформаційна система – новий тип програмного забезпечення, розроблений для автоматизації повсякденних робочих процесів у медичному закладі. Вона допомагає формувати єдиний інформаційний простір – з можливістю обміну інформацією на всіх етапах надання медичної допомоги (MIC Health 24, DocDream та інші) [6].

Процес системного трансформування та змін системи охорони здоров'я в Україні в умовах актуальної ситуації сьогодні, а саме у період ведення воєнних дій обумовили новий формат вдосконалення конкурентного ринкового середовища серед надавачами медичних послуг. Цифровізація управлінських процесів з використання медичних інформаційних систем дає можливість комлпексно здійснювати управління лікувальнопрофілактичними закладами (наприклад, використання медичної системи DocDream), імплементацію телемедичних технологій, широке використання смарттехнологій, які повинні покращити реалізацію публічної політики у сфері охорони здоров'я для жителів громад в умовах сьогодення [4, с. 51–52].

Інформаційна система DocDream допомагає лікарю прискорити процес створення нових документів за допомогою використання шаблонів та лексичних дерев. Також лікар може вставляти у документ таблиці, фотографії та медичні зображення, отримані від камер ендоскопів або УЗ-, КТ- і МРТ-сканерів через DICOM. Інформаційна система DocDream дозволяє записувати та переглядати відео діагностичних процедур та операцій. Якщо до програми підключено лабораторні аналізатори, то результати тестів автоматично потрапляють у відповідні бланки та підшиваються до електронної історії хвороби. У програмі працює конструктор медичних бланків, за допомогою якого користувачі можуть самостійно і без обмежень створювати нові різновиди медичних бланків будь-якої складності, додавати нові шаблони та класифікації [5].

Повнотекстовий пошук в інформаційній системі DocDream йде з урахуванням української морфології, а основна частина поділена на зрозумілі та інформовані блоки для роботи лікаря (рис. 1).

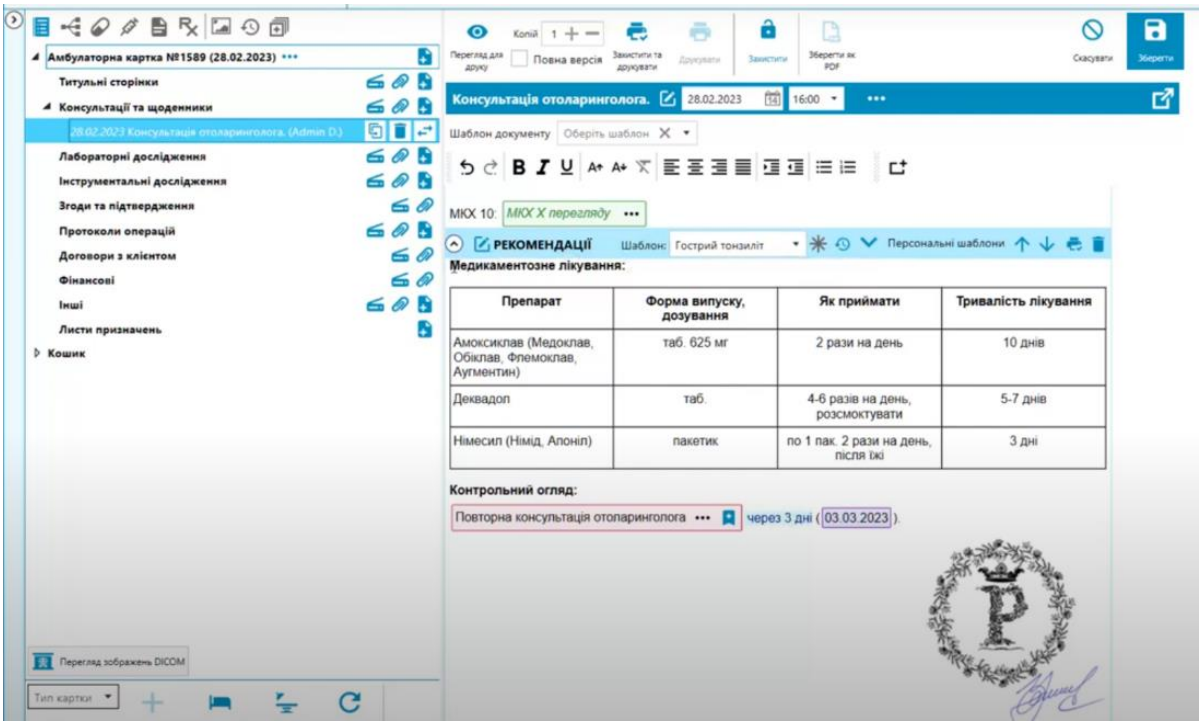

Рисунок 1 – Вікно реалізації роботи консультації лікаря у системі DocDream

Автоматизовані медичні інформаційні системи дозволяють швидко й ефективно налагодити електронний документообіг, гнучко вибудовувати роботу з пацієнтами, вести оперативний облік роботи адміністративного персоналу, контролювати всі організаційні і фінансові питання. Здебільшого кожна ІС складається з блоків, що відповідають за автоматизацію різних складових діяльності медичної установи. Серед них:

- реєстратура та електронні медичні картки пацієнтів;
- дані медичних досліджень;
- робочі місця лікаря і медсестри;
- розподіл ресурсів установи, їхній розклад;
- управління фінансами й облік;
- адміністративна інформація і засоби комунікації співробітників;
- лікарські призначення, журнал призначень;
- стандарти надання медичної допомоги та багато іншого.

В інформаційній системі DocDream також є можливість аналізу як процесів проєктування графіки, віртуальних образів у середовищі аугментованої / віртуальної реальності із застосуванням імерсійних 3D-технологій і спеціального програмного забезпечення цифрової обробки та генерації зображень (рис. 2).

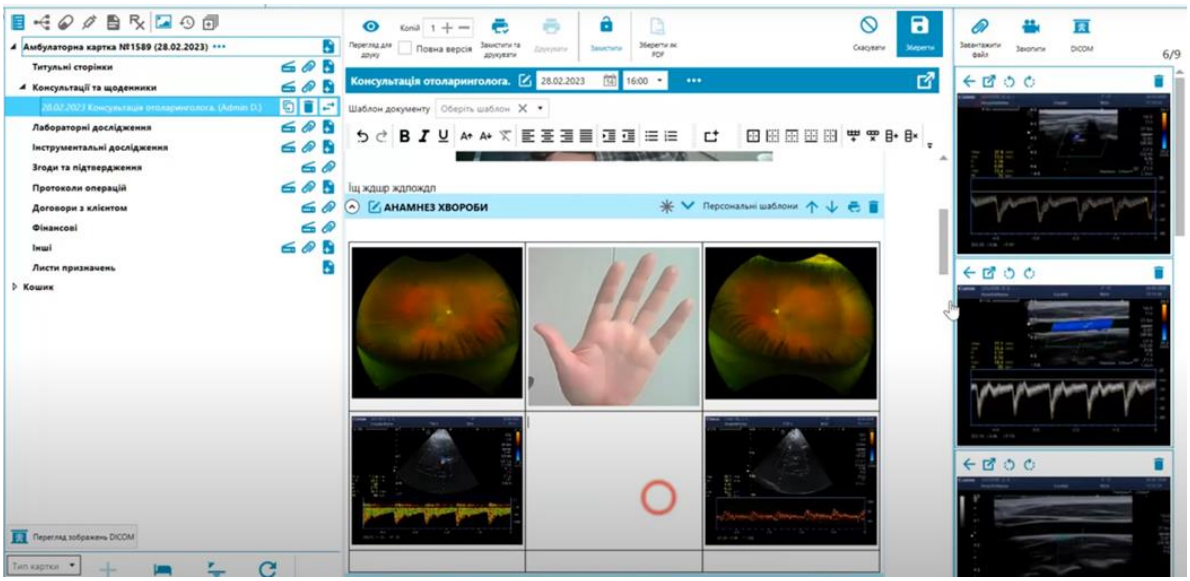

Рисунок 2 – Вікно реалізації роботи з графікою медичних досліджень у системі DocDream

Занурюючись у нові технології, DocDream стають доступні процеси за електронної обробки та автоматизації. Віртуалізація робочого простору лікаря, фактично йдеться про запровадження середовища віртуальної реальності, відбувається в електронній формі, робочі матеріали збираються у згруповані віртуальні бази даних, дозволяючи об’єднувати індивідуальні знання співробітників в одне-єдине колективне знання. Отже, результати роботи кожного медичного співробітника отримують можливість використовувати всі інші.

Інформаційна система DocDream дозволяє управляти великими масивами даних про пацієнтів і результатами діяльності медичної організації. Уся занесена в ІС інформація зберігається і доступна в будь-який час у будь-якій точці входу в систему. Так уніфікується підхід до пацієнтів, а медична документація оформляється за одним зразком. ІС дозволяє створювати

електронні структури для лікарень, їхніх філій і окремих кабінетів, об'єднувати кілька закладів у єдину електронну систему. Більшість ІС мають гнучкі алгоритми й інтуїтивно зрозумілі інструменти формування і ведення звітності. Уся інформація в ІС доступна для аналізу та обробки – це, по суті, надто великий електронний архів. Система дозволяє надавати доступ до різних розділів різних груп користувачів (наприклад, підтримка окремого порталу для пацієнтів або внутрішнього порталу для лікарів із можливістю спілкування й обміну інформацією).

Перелік модулів ІС DocDream:

- Паспортна картка пацієнта.
- Контакт-центр.
- Запис пацієнта на прийом.
- Робоче місце адміністратора.
- Робоче місце лікаря.
- Робоче місце касира.
- Сортування лабораторних проб.
- Лабораторний модуль.
- Складський облік і розрахунок собівартості.
- Робота із корпоративними клієнтами (страхові компанії).
- Розрахунок комісійної винагороди персоналу.
- Модуль для роботи із лікарями.
- Звіти.
- Налаштування.
- Модуль інтеграції із зовнішніми програмами та обладнанням.
- Вебсервіси для пацієнтів та лікарів.

Розглянемо прийоми медичного маркетингу, що забезпечуються інформаційною системою DocDream.

Сценарії телефонних розмов для операторів контакт-центру. Для того щоб оператори контакт-центру відповідали на запитання пацієнтів швидко, можна написати для них сценарії телефонних розмов за певними

темами. Сценарій складається із ланцюжка карток, на кожній із який є типове запитання і відповідь до нього. Оператор обирає у програмі тему розмови і бачить перелік карток із найбільш популярними запитаннями, які задають пацієнти. Досить вибрати картку із потрібним запитанням і просто прочитати відповідь з екрану. Одночасно із цим система відобразить картки із наступними запитаннями, які найчастіше задають далі. Навіть якщо пацієнт забуде щось запитати, оператор контакт-центру може самостійно спрямувати розмову у потрібному напрямі і надати вичерпну інформацію.

Наявність сценаріїв телефонних розмов дозволяє швидко підготувати до роботи нових співробітників контакт-центру. Тепер їм не потрібно вивчати специфіку роботи клініки протягом декількох місяців і дізнаватися про якісь тонкощі та нюанси лише після того, як отримали догану за неправильно надану інформацію. Достатньо лише прямувати за сценарієм, щоб правильно відповідати на запитання і самим дізнаватися про щось нове.

Відслідковування джерел реклами. Джерело інформації можна вказати під час реєстрації телефонного дзвінка або безпосередньо у прийомі пацієнта. Джерело інформації у телефонних дзвінках. Реєстрація телефонного дзвінка передбачає заповнення трьох полів: тема дзвінка; джерело інформації; чим закінчився дзвінок. За такої умови формуються інтерактивні аналітичні звіти, які дозволяють швидко зрозуміти загальну картину із джерелами інформації у дзвінках. Наприклад, для 70 % усіх дзвінків вказане джерело «Були раніше», тобто це дзвінки від повторних пацієнтів.

Джерело інформації у прийомах пацієнтів. Такий самий перелік джерел інформації, який використовується під час реєстрації телефонного дзвінка, існує і для прийомів пацієнтів. Цю інформацію можна вже чітко прив’язати до грошей. Дзвінок із темою «Запис на прийом» ще не означає, що прийом відбувся, пацієнт міг і не дійти до клініки. Але прийом, який відбувся, містить у собі надані послуги і їх вартість. Тому аналітичний звіт відразу підкаже, які джерела інформації дають більшу частку прийомів та доходу.

Система нагадувань про запис на прийом. Нагадування пацієнтам про запис на прийом можна умовно розділити на «ручні» та автоматичні.

Ручні нагадування про прийом. Для обробки «ручних» нагадувань потрібна участь оператора контакт-центру або адміністратора клініки. Найчастіше йдеться про обдзвін пацієнтів, записаних на завтра, або про відправку деяким із цих пацієнтів СМС-повідомлень із нагадуваннями. Програма автоматично створює список пацієнтів, у яких наступного дня є прийоми, і відображає його у модулі контакт-центру. Завдання оператора – зателефонувати кожному із пацієнтів у цьому списку, нагадати про прийом і відмітити таке нагадування, як виконане.

Автоматичні нагадування про прийом. У налаштуваннях програми можна створити декілька правил, за якими система буде самостійно розсилати пацієнтам СМС- та email-нагадування про те, що вони записані на прийом. За такої схеми втручання людини не потрібне, програма зробить усе сама надто швидко і надійно. Налаштування для таких нагадувань досить гнучкі та дозволяють вказати не лише текст повідомлення, але кому і коли їх потрібно відправляти.

Система автоматичних нагадувань для пацієнтів. Тип нагадувань, що працює у програмі. Після прийому пацієнта для того, щоб не «загубити», і залежно від профілю пацієнта можна доручити програмі створювати різноманітні нагадування для пацієнтів на майбутнє з метою їх повторного залучення до медичної установи. Такі нагадування можуть бути автоматичні або ж «ручні».

Рекламні розсилки для пацієнтів. Програма дозволяє керувати рекламними кампаніями для пацієнтів. За допомогою чисельних фільтрів можна досить точно відібрати цільову групу пацієнтів і запланувати для них відправку СМС- або email-розсилки.

Програми лояльності (дисконтні картки). Програма підтримує роботу із декількома системами дисконтних карток. Для кожної дисконтної системи потрібно вказати декілька фінансових рівнів, досягаючи яких програма попередить пацієнта про наступний рівень знижок.

Система керування акціями. У системі можна налаштувати безліч акційних програм, які починають та закінчують свою дію у різні проміжки часу та за різними правилами.

Робота із керуючими лікарями. Керуючих лікарів у програмі можна умовно розділити на дві групи.

Перша група – «внутрішні» лікарі, які працюють у цьому медичному центрі та час від часу направляють пацієнтів клініки на дообстеження чи консультації до своїх колег.

Друга група – «зовнішні» лікарі, які працюють в інших лікувальних закладах і відправляють до цієї медичної установи пацієнтів для надання певних послуг.

Аналітичні звіти. Для бізнес-аналітики налаштовано синхронізацію із найбільш відомою програмою у цьому сегменті – Power BI:

- швидкий та зрозумілий аналіз «великих даних»;
- одночасний збір та аналіз інформації з декількох джерел;
- побудова красивих інформаційних панелей;
- розрахунок та відслідковування KPI;
- інтерактивні звіти із деталізацією одним кліком мишки;
- підтримка хмарних технологій;
- повноцінна робота зі звітами на смартфонах та планшетах.

Висновки. Сучасні надбання у сфері нано-, біо-, когнітивних досліджень та інформаційних технологій, дані про нелінійність розвитку систем, принцип модульності на атомарному рівні вже нині зумовлюють траєкторію подальшого розвитку будь-якого процесу діяльності людини та час протікання цього процесу. Немає жодних сумнівів у перспективності подальшого розвитку та модернізації таких дизайн-розробок за рахунок технологічних можливостей застосування програм-симуляторів і мультисенсорних об’єктів на основі інформаційної системи DocDream. Існують усі передумови стверджувати, що світовий попит на послуги із розробки програмного забезпечення до інформаційної системи DocDream

буде лише зростати насамперед за рахунок впливу «цифрових» трендів та стратегій «цифровізації» корпорацій, великого та середнього бізнесу.

Упровадження нових інформаційних технологій у медицині, зокрема впровадження підходів та технологій CRM у діяльність приватних медичних установ, які планують працювати у парадигмі клієнтського маркетингу, приведе до того, що уміння лікаря працювати на комп'ютері визначить рівень його значимості в медичній галузі. Цифрові технології обробки медичної інформації є каталізатором нових методів роботи, але все більш вагомою конкурентною перевагою стає надання лікарняним установам можливості використовувати ці технології так, як вони хочуть.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баєва О. В., Чебан В. І. Економіка та підприємництво в охороні здоров'я : навч. посіб. Чернівці : Вид-во БДМУ, 2013. 360 с.

2. Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я : навч. посіб. К. : Центр уч. л-ри, 2008. 640 с.

3. Горбатюк Р. Комп'ютерне моделювання у підготовці майбутніх інженерів-педагогів до професійної діяльності. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка.* 2009. № 3. С. 222–229. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPU_ped_2009_3_53 (дата звернення: 09.11.2023).

4. Демчишин Я., Маципура М., Монастирський Г. Вектори та механізми реалізації публічної політики охорони здоров'я територіальних громад в умовах сучасних викликів. *Матеріали конференцій МЦНД*. м. Суми, 31 березня 2023. Суми, 2023. С. 49–53. URL : https://archive.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/article/view/480/489 (дата звернення: 29.10.2023).

5. Електронна медична карта. URL : https://docdream.com/index.php/uk/docdream/emr (дата звернення: 29.10.2023).

6. Як обрати МІС для закладів спеціалізованої медичної допомоги СМД? URL : https://blog.h24.ua/uk/yak-obrati-mis-dlya-zakladiv-spetsializovanoyi-medichnoyi-dopomogi-smd/ (дата звернення: 29.10.2023).

REFERENCES

1. Baieva O. V., Cheban V. I. Ekonomika ta pidpryiemnytstvo v okhoroni zdorovia : navch. posib. Chernivtsi : Vyd-vo BDMU, 2013. 360 s.

2. Baieva O. V. Menedzhment u haluzi okhorony zdorovia : navch. posib. K. : Tsentr uch. l-ry, 2008. 640 s.

3. Horbatiuk R. Kompiuterne modeliuvannia u pidhotovtsi maibutnikh inzheneriv-pedahohiv do profesiinoi diialnosti. *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatiuka. Seriia: Pedahohika.* 2009. № 3. S. 222–229. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPU_ped_2009_3_53 (accessed: 09.11.2023).

4. Demchyshyn Ya., Matsypura M., Monastyrskyi H. Vektory ta mekhanizmy realizatsii publichnoi polityky okhorony zdorovia terytorialnykh hromad v umovakh suchasnykh vyklykiv. *Materialy konferentsii MTsND*. m. Sumy, 31.03.2023. Sumy, 2023. P. 49–53. URL : https://archive.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/article/view/480/ 489 (accessed: 29.10.2023).

5. Elektronna medychna karta. URL : https://docdream.com/index.php/uk/docdream/emr (accessed: 29.10.2023).

6. Yak obraty MIS dlia zakladiv spetsializovanoi medychnoi dopomohy SMD? URL : https://blog.h24.ua/uk/yak-obrati-mis-dlya-zakladiv-spetsializovanoyi-medichnoyi-dopomogi-smd (accessed: 29.10.2023).