

ПРИЛАГАНЕ НА НОВИ МАРКЕТИНГОВИ ПОДХОДИ ПРИ УПРАВЛЕНИЕ НА БОЛНИЧНИЯ СЕКТОР – ДИВЕРСИФИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ APPLYING FOR NEW MARKETING APPROACHES IN HOSPITAL SECTOR'S MANAGEMENT - DIVERSIFICATION STRATEGY

П. ТРЕНДАФИЛОВА, Л. СПАСОВ
P. TREDAFILOVA, L. SPASSOV

Summary: On the basis of a critical analysis of capacity of the hospital sector are adduced arguments of the necessity of applying for new marketing approaches and instruments in the hospital management. A marketing strategy of hospitals' diversification is presented, adequate to the social-economical situation in the country. Bulgarian hospitals work in conditions of total change and the diversification is one of the most adequate behavioral strategies in such circumstances.

Key words: new marketing approaches, hospital sector, diversification.

Здравната система в България е доминирана от болнични заведения, и независимо от демографския и икономически натиск, се оказва изключително трудно да се реформира болничната помощ. Тази инертност довежда до влошаване на състоянието на инфраструктурата, намаляване на качеството на лечение и прехвърляне на разходите към пациентите.

Дебатът за реформата все повече се фокусира върху онези фактори на контекста и процесите, които правят промяната възможна или издигат пречки пред нея, включително и взаимоотношенията между основните заинтересовани страни, ефективното ръководство, координирането на процесите на реализиране и изграждането на институционален, човешки и управленски капацитет (Tigieras et al. 2002).

Основни моменти на болничната реформа:

- Промяна на начина на болничното финансиране. Болниците се финансират комбинирано, от социалното осигуряване чрез 'клинични пътеки' (от 1999 г.) и от бюджета на МЗ (нови механизми от 2004 г.). Капиталовите разходи се покриват от собственика (община, държава, частен собственик).
- Въвеждане (на конкурентен принцип) на външното договаряне на лекарствени средства, болнично хранене и др.
- Премахване на "районирането", т.е. осигуряване на свободен избор за пациентите на болнично заведение и стимулиране на конкурен-

цията между болничните заведения (от 2004 г.)

- Либерализиране на предоставянето на медицинска помощ; създаване на частни болници.
- Въвеждане на процедура за акредитация.

Със заповед на Министъра на здравеопазването съществуващите публични здравни заведения за болнична помощ, диспансери и болничните диагностично-лечебни структури към висшите медицински учебни заведения се преобразуват в лечебни заведения – еднолични търговски дружества, не по-късно от 1 септември 2000 г. За една част от тях собствеността върху капитала се придобива от държавата и правата се упражняват от Министъра на здравеопазването, а за друга част – от общината и правата се упражняват от съответния общински съвет.

Със Закона за лечебните заведения се очертава правовата рамка и правилата за преобразуване на голяма част от лечебните заведения от публична държавна и общинска собственост в частна държавна и общинска собственост. Със смяната на собствеността върху лечебните заведения и превръщането им в пълноправни пазарни субекти се създават възможности за получаване на собствени приходи от медицинска дейност. Това може да се осъществи по различен начин: отдаване под наем на кабинети и оборудване на частнопрактикуващи медицински специалисти, медицински кооперации или търговски дружества с единствен предмет на дейност – медицинско обслужване, както и да се извършват приватизационни