

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Костанян Ани Асканазовны на тему
«Реализация принципов маркетинга отношений в деятельности государственных
амбулаторно-поликлинических организаций»,
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по
специальности 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг)**

Обеспечение качественной и доступной медицинской помощи необходимо как для повышения качества жизни населения, так и для оптимизации финансово-экономических потоков в отрасли. Если вопрос повышения качества и доступности с профессионально-компетентной и организационно-хозяйственных точек зрения является хорошо исследованным как за рубежом, так и в российской практике, то аспектам повышения клиентоориентированности при оказании медицинской помощи, в частности, в рамках системы обязательного медицинского страхования, в современных условиях развития российского здравоохранения уделено недостаточно внимания, что определяет актуальность выбранной темы исследования.

Цель автора, состоящая в оценке уровня клиентоориентированности государственных амбулаторно-поликлинических организаций для совершенствования реализации принципов маркетинга отношений, представляется вполне оправданной, обуславливает логику работы, определяет ее методологические основы и информационно-эмпирическую базу. Судя по автореферату, поставленная цель достигнута, поэтому считаем возможным согласиться с основными результатами и положениями, выносимыми на защиту.

Содержание автореферата позволяет поддержать научную новизну, отличающуюся как теоретической, так и практической значимостью. В частности, автором обоснован подход к маркетингу отношений в здравоохранении как симбиоза форм внешнего и внутреннего маркетинга, предложена многоуровневая модель медицинской услуги на основе концепции целостного продукта, модель цепочки создания ценности медицинской услуги с акцентом на государственное здравоохранение, а также выявлены факторы, воздействующие на создание ценности. Особый интерес представляет полученный автором результат о роли образования управленческих кадров государственных медицинских

организаций для целей повышения удовлетворенности пациентов. Данный аспект может стать дальнейшим вектором развития исследования.

Выводы, к которым пришел автор диссертационного исследования, насколько можно судить по автореферату, дополняют не только современную теорию маркетинга отношений и воспринимаемой ценности, но также вносят вклад в развитие теории экономики здравоохранения в части управления маркетинговой деятельностью.

Несмотря на высокую оценку представленного автореферата, исследование не лишено отдельных недостатков. Так, на наш взгляд, целесообразным представляется обоснование выбора в качестве объекта исследования медицинских организаций амбулаторно-поликлинического, а не любого другого типа. Усилить практический эффект данной работы могли бы адаптация и применение предложенной модели создания ценности медицинской услуги в медицинских организациях не только государственной, но и частной формы собственности.

Тем не менее, указанные замечания не снижают качества работы в целом. Диссертационное исследование Костанян А.А. «Реализация принципов маркетинга отношений в деятельности государственных амбулаторно-поликлинических организаций» представляет собой законченную, выстроенную научную работу, соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней в МГУ, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

Скоробогатых Ирина Ивановна

Доктор экономических наук, профессор

Заведующая кафедрой маркетинга

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

117997, г. Москва, Стремяный пер., д.36, ауд. 524

Тел.: +7 (499) 237-94-96

e-mail: kafmarketing@rea.ru

«30» октября 2018 г.



Подпись

ПОДПИСЬ *Скоробогатых И.И.*
УДОСТОВЕРЯЮ
Специалист по работе с персоналом *И.И.* 2
30.10 2018 г.