

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
АКАДЕМІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СЛУЖБИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КУЯВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ У ВЛОЦЛАВЕКУ
ВИЩА ШКОЛА МЕНЕДЖМЕНТУ
ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ (ISMA)
БАЛТІЙСЬКА МІЖНАРОДНА АКАДЕМІЯ
ЦЕНТР УКРАЇНСЬКО-ЄВРОПЕЙСЬКОГО НАУКОВОГО
СПІВРОБІТНИЦТВА
*за сприяння міжнародних організацій, медичних асоціацій
та об'єднань*

МІЖНАРОДНА НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ

**«СУЧАСНІ НАПРЯМИ ЗМІН
В УПРАВЛІННІ ОХОРОНОЮ ЗДОРОВ'Я:
МОДЕРНІЗАЦІЯ, ЯКІСТЬ, КОМУНІКАЦІЯ»**

*31 травня 2024 року
м. Одеса, Україна*

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Запорожан Валерій Миколайович – ректор Одеського національного медичного університету, доктор медичних наук, професор, академік НАМН України (головний редактор);
Орабіна Тетяна Миколаївна – директор Департаменту медичних послуг Міністерства охорони здоров'я України, асистент кафедри менеджменту охорони здоров'я Національного медичного університету імені О.О. Богомольця;
Марічерда Валерія Геннадіївна – перший проректор Одеського національного медичного університету, доктор медичних наук, професор (науковий редактор);
Дьякон Роман – президент правління Вищої школи менеджменту інформаційних систем (ISMA), доктор технічних наук, професор, академік;
Бука Станіслав – ректор Балтійської міжнародної академії, доктор економічних наук, професор;
Борц Вікторія Ігорівна – гарант освітньо-професійної програми «Управління охороною здоров'я та фармацевтичним бізнесом», професор кафедри менеджменту охорони здоров'я Одеського національного медичного університету, доктор економічних наук;
Опря Євген Васильович – завідувач кафедри психіатрії, наркології, медичної психології та психотерапії Одеського національного медичного університету, доктор медичних наук, професор;
Мельник Євгенія Олександрівна – керівник Академії Національної служби здоров'я України;
Сєбов Денис Михайлович – директор Комунального некомерційного підприємства «Міська клінічна лікарня № 10» Одеської міської ради, доктор медичних наук, професор;
Гавриченко Дмитро Георгійович – медичний директор Товариства з обмеженою відповідальністю «Дім медицини», доктор медичних наук, професор;
Вартанова Олена Вікторівна – професор кафедри управління та смарт-інновацій Київського національного університету технологій та дизайну, старший науковий співробітник Державної установи «Інститут економіко-правових досліджень імені К.В. Мамутова» Національної академії наук України, практичний психолог, доктор економічних наук, професор;
Рудінська Олена Володимирівна – завідувач кафедри менеджменту охорони здоров'я Одеського національного медичного університету, кандидат економічних наук, доцент;
Кусик Наталія Львівна – начальник навчально-методичного відділу Одеського національного медичного університету, кандидат економічних наук, доцент.

С 91 **Сучасні напрями змін в управлінні охороною здоров'я: модернізація, якість, комунікація:** Міжнародна наукова конференція, 31 травня 2024 року, м. Одеса. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2024. 176 с.

ISBN 978-966-397-406-4

До збірника матеріалів конференції увійшли тези доповідей, які стали предметом обговорення учасників Міжнародної наукової конференції «Сучасні напрями змін в управлінні охороною здоров'я: модернізація, якість, комунікація» у м. Одесі 31 травня 2024 року у Одеському національному медичному університеті.

Збірник зібраний науковими фахівцями Одеського національного медичного університету і розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів.

УДК[005.5:614]-043.7"313"(062.552)

ISBN 978-966-397-406-4

© Одеський національний медичний університет, 2024
© Українсько-польське наукове видавництво
«Liha-Pres», 2024

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ВІДНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК СТІЙКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ МОДЕЛІ МЕДИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Аналіз механізмів забезпечення якості в системі охорони здоров'я України Борщ Вікторія Ігорівна, Лазор Олена Борисівна.....	8
Модернізація української медичної освіти в умовах глобалізації, реформ та воєного стану Борщ Вікторія Ігорівна, Пастухов Олександр Олександрович	12
Comparative Analysis of Risk Management in the Health Systems in Ukraine and the Republic of Kazakhstan Valakh Viktoria Volodymyrivna, Alimov Olzhas.....	15
Правове регулювання надання акушерсько-гінекологічної допомоги дітям в умовах війни в Україні Валах Вікторія Володимирівна, Гладчук Зіновій Ігорович	19
Система охорони здоров'я України в умовах воєнного стану: сучасні виклики та механізми їх подолання Гордійчук Катерина Ігорівна.....	23
Переваги інвестування в людський капітал в охороні здоров'я Данилко Михайло Валерійович.....	27
Медичні інновації та право інтелектуальної власності українських ЗВО Дружкова Ірина Сергіївна	30
Автономізації медичних закладів в умовах реформування системи охорони здоров'я Клочкова Марина Володимирівна.....	34
Просування нових медичних послуг як складова маркетингової стратегії медичного закладу Князькова Валентина Яківна, Бондаренко Віта Геннадіївна.....	36
Marketing in the field of healthcare in Ukraine: key aspects and challenges Nemchenko Hanna Valeriivna, Dymar Sergii Eduardovych.....	40
Організаційно-управлінські механізми управління ризиками в системі охорони здоров'я Орабіна Тетяна Миколаївна, Марічерета Валерія Геннадіївна	44
Формування адаптивного механізму управління медичним закладом у кризових умовах Рудінська Олена Володимирівна, Щербакова Валерія Володимирівна	47

Створення кластерного закладу охорони здоров'я спроможної мережі госпітального округу: від отримання статусу до затвердження статуту Себов Денис Михайлович, Якименко Олена Олександрівна, Коротасва Вікторія Анатоліївна, Маркіна Катерина Володимирівна.....	51
Пріоритетність доступності медичних послуг в умовах сучасної реформи та воєнного стану Хлібородова Ірина В'ячеславівна, Шахов Віталій Володимирович, Лінькова Тетяна Василівна.....	55
Впровадження кліматичних сервісів як інноваційна стратегія сталого розвитку системи охорони здоров'я України Шаблій Тетяна Петрівна	59

СЕКЦІЯ 2. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ОХОРОНОЮ ЗДОРОВ'Я

Інформаційний менеджмент у закладах вищої медичної освіти Бурячківський Едуард Станіславович, Анненкова Ірина Петрівна, Шпильова Катерина Олександрівна.....	63
Досвід застосування цифрових технологій в стоматологічній практиці Гороховський Владислав Васильович, Тарасенко Ірина Йосипівна, Швиденко Юлія Юріївна	67
Впровадження маркетингових цифрових технологій в закладах охорони здоров'я Кордзая Натела Ревазівна, Марічерда Валерія Геннадіївна.....	69
Інформатизація управління медичними закладами Слободяник Наталія Володимирівна	72

СЕКЦІЯ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасні питання організації системи фармацевтичного забезпечення лікарськими засобами Волощук Христина Юріївна, Хлібородова Ірина В'ячеславівна, Беляєва Оксана Іванівна	76
Важливість впровадження бізнес-орієнтованої системи управління на фармацевтичному підприємстві Ящук Ірина Сергіївна, Унгурян Ліана Михайлівна, Беляєва Оксана Іванівна	79

СЕКЦІЯ 4. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я ТА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Стан здоров'я працівників медичної галузі в сучасних реаліях України

**Благовещенська Альона Вікторівна,
Пустовойт Тетяна Борисівна, Рогова Олена Геннадіївна 82**

Актуальність створення приватного медичного центру
в галузі кардіології

Кусик Наталія Львівна, Закритов Денис Олексійович..... 87

Проблеми фінансування державними (комунальними) підприємствами
у галузі охорони здоров'я

Кусик Наталія Львівна, Кострицький Євген Євгенович 91

Актуальність створення багатопрофільних клінік
в сегменті реабілітаційних послуг

Кусик Наталія Львівна, Птяшко Дмитро Валерійович..... 94

Деякі тенденції розвитку ринку приватних медичних послуг
в Україні

Кусик Наталія Львівна, Яблончук Вікторія Георгіївна 97

Ефективність медичного персоналу в університетських клініках
як запорука впровадження сучасних технологій
в сфері громадського здоров'я

**Приболовець Ксенія Олексіївна,
Рудінська Олена Володимирівна..... 101**

СЕКЦІЯ 5. РОЛЬ УНІВЕРСИТЕТСЬКИХ КЛІНІК У РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ

Університетські клініки як лідери у впровадженні передових
медичних технологій та практик

**Бусел Світлана Валентинівна,
Хлібородова Ірина В'ячеславівна,
Берегова Катерина Василівна..... 104**

Вибрані питання комплексного лікування ускладнених
декубітальних виразок м'яких тканин

**Вергун Андрій Романович, Мацях Юрій Михайлович,
Литвинчук Михайло Михайлович..... 107**

University clinic – as a necessary condition for the formation
of professional competences of future dentists

Gorb-Gavrylchenko Inna Viktorivna 111

Інноваційні підходи до формування та розвитку академічного реабілітаційного центру у закладі вищої освіти Горошко Вікторія Іванівна	114
Роль наукових парків у комерціалізації університетських інновацій та підтримці сталого розвитку національної медичної індустрії Гребенник Наталя Григорівна	118

СЕКЦІЯ 6. ПСИХОЛОГІЯ КОМУНІКАЦІЙ В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я

Порядок взаємодії органів охорони здоров'я при документуванні домашнього насильства Бабкіна Олена Петрівна, Данильченко Світлана Іванівна	122
Навички комунікації та фасилітації при консультуванні пацієнтів без фізичного контакту Белозерцева-Баранова Юлія Євгеніївна, Скороходова Юлія Вікторівна	129
Аналіз факторів професійного вигорання і задоволеності життям співробітників і студентів закладів освіти в контексті управління корпоративним благополуччям Варганова Олена Вікторівна, Рудінська Олена Володимирівна	131
Аспекти стрес-менеджменту та шляхи подолання професійного вигорання медичних працівників Красіленко Тетяна Миколаївна, Рудінська Олена Володимирівна	136
Комунікація як шлях до психологічного комфорту в процесі професійної діяльності медичних працівників Мовлянова Наталія Вікторівна, Федоренко Оксана Віталіївна, Хлібородова Ірина В'ячеславівна	141
The psychology of marketing under martial law Nemchenko Hanna Valeriivna, Bondarenko Kateryna	145
Система комунікацій в комплексній медико-соціальної і психологічної допомоги хворим на деменцію Прокопенко Наталія Олексіївна, Вялих Тетяна Ігорівна, Величко Наталія Миколаївна	148

Професійні та комунікативні компетентності здобувачів вищої медичної освіти Рожковська Наталя Миколаївна, Попова Лідія Михайлівна, Шевченко Ольга Іванівна	151
---	------------

СЕКЦІЯ 7. ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Machine learning-driven identification of multi-targeted lead compounds among 5,6-dihydro-tetrazolo[1,5-c]quinazolines for neurodegenerative and neglected tropical diseases

Antypenko Lyudmyla Mykolaivna, Antypenko Oleksii Mykolaiovych	155
--	------------

Специфіка застосування штучного інтелекту в медицині
в контексті інновацій та загроз

Князькова Валентина Яківна, Криленко Володимир Ігорович....	159
--	------------

The implementation of artificial intelligence technologies in healthcare during martial law and war

Kolesnikov Yevhennii Borysovych, Kolomiets Nataliia Mykolaivna ...	162
---	------------

Впровадження технологій штучного інтелекту
в галузі охорони здоров'я

Кузмичова Анастасія Сергіївна	166
--	------------

Інноваційні рішення штучного інтелекту
для вдосконалення діагностики та терапії

Черленюк Юрій Юрійович.....	170
------------------------------------	------------

4. Про затвердження Порядку проведення перевірки достовірності інформації та документів, що внесені до електронної системи охорони здоров'я (крім інформації про стан здоров'я людини), на підставі яких здійснюється оплата надання медичних послуг та лікарських засобів за програмою медичних гарантій, та інформаційної взаємодії під час такої перевірки : Постанова КМУ від 19.06.2022 р. № 807. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/807-2022-%D0%BF#Text>

5. Борщ В. І. Сучасні тенденції розвитку системи охорони здоров'я в Україні: порівняльний аналіз. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2018. Вип. 6. С. 215–221. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2018_6_43

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-406-4-9>

ПРОСУВАННЯ НОВИХ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ

Князькова Валентина Яківна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту охорони здоров'я
Одеський національний медичний університет
м. Одеса, Україна*

Бондаренко Віта Геннадіївна

*магістрантка за спеціальністю 073 – Менеджмент
Одеський національний медичний університет
м. Одеса, Україна*

Останні законодавчі зміни в Україні торкнулися практично всіх сфер економіки, включаючи й медичну галузь. Медична реформа породила нову індустрію, яка лише зароджується та стрімко розвивається. Медичні клініки, приватні медичні кабінети, салони краси та СПА-салони, які також надають медичні послуги, з'являються все частіше, реагуючи на зміну попиту та покращення підходів до надання медичних послуг у нових умовах реформування системи охорони здоров'я.

Медицина давно вже перетворилась в бізнесову структуру, яка функціонує за законами ринкової економіки [1] та має їм підпорядковуватися. Будь-яка бізнес-структура має на меті отримання прибутку, який надає їй можливість подальшого розвитку. Але ж отримання

високоєфективних результатів у медичному закладі неможливе без ефективного управління, стратегічного планування розвитку, оперативного та якісного прийняття рішень у фінансовій та операційній сферах [2]. Крім того, вдала маркетингова стратегія та використання ефективних інструментів для просування бренду клініки і медичних послуг є також важливими факторами успіху. Такий комплексний підхід дозволяє досягти успішних результатів у сучасному конкурентному середовищі медичної індустрії.

Медичний маркетинг – це окрема галузь маркетингу, що спеціалізується на просуванні медичних послуг і клінік. Він відрізняється від загального маркетингу та потребує спеціальних знань та навичок.

Маркетингова стратегія медичного закладу передбачає планування з точки зору стратегічних аспектів, створення концепції і ключових меседжів, вибір оптимальних маркетингових каналів та розробку інформаційних матеріалів з метою максимального залучення уваги клієнтів, збільшення обізнаності про продукт або послугу, зміцнення репутації та досягнення конкретних цілей у сфері медичного бізнесу.

Від правильного визначення методів просування медичного закладу залежить його рейтинг та місце на ринку медичних послуг. Важливим елементом просування, який дозволяє представити клініку онлайн і забезпечити доступ до інформації про послуги, лікарів і контактну інформацію, є створення веб-сайту клініки. Не менш ефективним способом забезпечення доступності клініки для потенційних пацієнтів через онлайн-карти та навігатори є додавання медичного закладу до карт. Реєстрація акаунтів клініки в соціальних мережах дозволить клініці збудувати спільноту, спілкуватися з клієнтами та показувати експертність у медичній сфері. Засобом залучення уваги нових клієнтів через публікації про лікарів та послуги клініки є розміщення реклами та нативних статей у журналах. Реклама на вивісках, консолях та банерах може привернути увагу місцевих мешканців та потенційних клієнтів, особливо якщо клініка розташована у видимому місці. Комбінування цих методів дозволить медичній клініці ефективно просуватися та залучати нових клієнтів [3].

Просування медичного закладу – дуже складний процес, який обумовлений не лише високою конкуренцією, а також об'єктивною складністю процесу його розкрутки. Специфіка полягає в самій медичній спрямованості, оскільки не завжди можна застосовувати такі ж методи та інструменти, що використовуються для реклами звичайних комерційних сайтів. Проте, перш ніж розглядати деталі маркетингових стратегій, важливо враховувати тонкощі законодавчого регулювання в цій галузі [4], які представляють собою низку обмежень реклами медичних послуг в Україні.

Перше, найсуттєвіше обмеження, полягає у недопуску реклами лікарських засобів, що входять до переліку заборонених до використання в Україні; ліків-стимуляторів; рецептурних препаратів; ліків, що не пройшли сертифікацію тощо. Такі лікарські засоби представляють собою достатньо велику групу.

Друге обмеження полягає в забороні використання рекламних матеріалів з обіцанням гарантованого ефекту від застосування певних препаратів чи методів лікування. Заборонено також оприлюднення суджень людей, що не є експертами, про доцільність застосування нового медичного продукту.

Третє, не менш важливе обмеження полягає в необхідності дотримання вимог Google, які ґрунтуються на високих стандартах безпеки та довіри користувачів. У сфері медичної реклами існують обмеження певних тематик, такі як проблеми зі здоров'ям, клінічні дослідження, рецептурні лікарські засоби, а також інші делікатні медичні питання. Це робить просування медичних послуг на Google складнішим, оскільки потрібно дотримуватися строгих правил та уникати порушень політики. В таких випадках може бути корисним використання інших каналів маркетингу та реклами, а також розвиток креативних стратегій просування, які відповідають вимогам платформи та відповідають потребам певної аудиторії.

Не менш важливим аспектом є відповідність реклами медичних послуг всім вимогам щодо рекламних повідомлень. Наприклад, якщо обіцяється певний результат або ефект від медичної процедури або продукту, але немає об'єктивних доказів, то обов'язково треба додати дисклеймер, або письмову відмову від відповідальності за можливі наслідки. Це не лише дотримання правил, але й забезпечення чесною та відповідальною інформації для споживачів медичних послуг.

Враховуючи всі тонкощі законодавства в сфері медичної реклами, заклад охорони здоров'я застосовує будь-які інструменти просування медичних послуг, спрямовані на залучення нових пацієнтів та підтримку тих, що вже є. При цьому звертається увага на різноманітні стратегії реклами медичних послуг, важливість цифрового маркетингу та необхідність міцної онлайн-присутності через SEO, соціальні мережі та контент-маркетинг. Великого значення набуває брендування та управління репутацією для успішної промоції медичного бізнесу. Також дуже актуальним сьогодні є використання штучного інтелекту у просуванні нових медичних послуг, включаючи використання чат-ботів, таких як Chat GPT, для залучення пацієнтів та покращення їх обізнаності у перевагах нового медичного продукту [5].

Цифрова реклама надає безліч вигід та переваг над іншими методами просування медичних послуг. Вона може допомогти медичним закладам

привернути увагу більшої аудиторії, яка активно шукає інформацію про способи покращення здоров'я в Інтернеті, та виділитися на тлі конкурентів у насиченому ринковому середовищі. Завдяки привабливому та переконливому контенту, а також цінним пропозиціям, можна стимулювати пацієнтів до різних дій, таких як заповнення попередніх форм, запис на прийом, запит на консультацію та інше. Це допомагає збільшити кількість конверсій та прибутку для медичної практики.

Крім того, цифрова реклама сприяє підвищенню лояльності та утриманню клієнтів [6]. Використання маркетингу по електронній пошті, маркетингу в соціальних мережах або ремаркетингу дозволяє підтримувати та зміцнювати взаємовідносини з пацієнтами. Не можна переоцінити також значення медичного контент-маркетингу, застосування ChatGPT та інших сервісів копірайтингу, контекстної реклами у пошуковій системі, дія яких спрямована на просування клініки, медичних послуг та залучення нових пацієнтів.

Отже, найбільш ефективними стратегіями для просування медичних послуг та приваблення нових пацієнтів є цифрова реклама, контент-маркетинг у сфері охорони здоров'я, маркетинг у соціальних мережах та PPC. Комбінуючи ці методи, медичні клініки можуть побудувати сильний онлайн-профіль та збільшити обсяги медичних послуг, що забезпечить стійке зростання та збільшити кількість обслуговуваних пацієнтів.

Ефективність медичного бізнесу залежить від надання високоякісної допомоги та встановлення довіри пацієнтів. Застосовуючи ці маркетингові стратегії, медичні заклади можуть залучати нових пацієнтів та формувати довіру до себе, що сприяє довгостроковому успіху.

Література:

1. Князькова В. Я., Криленко В. І., Рудінська О. В. Особливості оподаткування бізнесу в Україні в умовах воєнного часу. *XI Міжнародна науково-практична конференція «Modern research in world science»*. м. Львів, Україна. 29–31.01.2023. С. 1273–1278. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/MODERN-RESEARCH-IN-WORLD-SCIENCE-29-31.01.23.pdf> (дата звернення: 22.04.2024)

2. Kniazkova V., Huz D., Rudinska O. Організація процесу податкового менеджменту в закладах охорони здоров'я в Україні. *Mechanism of an Economic Regulation/* 2023. 2(100), 29–35. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2023.100.05> URL: <http://mer-journal.sumy.ua/index.php/journal/article/view/149/136> (дата звернення: 23.04.2024)

3. Рудінська О. В., Барон Р. Д., Сахарова С. О., Яков С. М. Стратегічний аналіз бізнес-моделей інноваційного розвитку. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2021. № 2(48).

С. 145–156. URL: <http://rinek.onu.edu.ua/article/view/243686/242543> (дата звернення: 03.05.2024).

4. Закон України «Про лікарські засоби» від 28 липня 2022 р. № 2469. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-20#top> (дата звернення: 07.05.2024).

5. Реклама медичних послуг: стратегії залучення пацієнтів. СХ. INOVA. URL: <https://www.inova.cx/advertising-of-medical-services-strategies-for-attracting-patients/> (дата звернення: 06.05.2024).

6. Селезньова О. О., Рудінська О. В., Кусик Н. Л.. Вплив візуального мерчандайзингу на формування лояльності клієнтів. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 3. Том 4. С. 44–54. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/109> (дата звернення: 07.05.2024)

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-406-4-10>

MARKETING IN THE FIELD OF HEALTHCARE IN UKRAINE: KEY ASPECTS AND CHALLENGES

Nemchenko Hanna Valeriivna

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor at the Management of Healthcare Chair;

Digital Expert

Odesa National Medical University

Odesa, Ukraine

Dymar Sergii Eduardovych

Doctor

Limited liability company “Medical Center “MEDICAP”;

Master’s Degree

Odesa National Medical University

Odesa, Ukraine

In the modern world, marketing plays an important role in the development of medical services and products. In Ukraine, where the health care sector is going through a period of reforms, marketing is becoming especially relevant. This process includes not only the promotion of services, but also the in-depth analysis of patient needs, the development of strategies to meet these needs, as well as the management of the quality of services.