Н. Н. Зубарева, В. А. Чисников

ВОПРОСЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ МЕЖДУ МЕДИЦИНСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ИЗ ГОСУДАРСТВЕННОГО И КОММЕРЧЕСКОГО СЕГМЕНТА

Аннотация

В статье исследуются вопросы распределения клиентопотока (пациентопотока) между медицинскими организациями из государственного и коммерческого сегмента. Авторами, с опорой на результаты эмпирических исследований, определяются доминирующие тренды, характерные для сложившейся практики в городах федерального значения и регионах страны. Делается вывод об отсутствии однозначности в трактовке сложившейся ситуации. Если ранее переток пациентов из государственных ЛПУ в коммерческий медицинский сегмент был очевидным, то в настоящее время данный процесс носит двухсторонний характер, что определяет спектр задач по работе с потребителями для частных медицинских организаций.

Ключевые слова

Государственные медицинские организации, коммерческие медицинские организации, потребители (пациенты), распределение.

N. N. Zubareva, V. A. Chisnikov

QUESTIONS OF DISTRIBUTION OF CONSUMERS BETWEEN MEDICAL ORGANIZATIONS FROM THE STATE AND COMMERCIAL SEGMENT

Annotation

Article examines the distribution of client flow (patient flow) between medical organizations from state and commercial segments. Authors, based on the results of empirical research, determine the dominant trends characteristic of established practice in cities of federal significance and regions of country. It is concluded that there is no unambiguity in interpretation of current situation. If earlier the flow of patients from public health facilities to commercial medical segment was obvious, now this process is two-sided, which determines the range of tasks for working with consumers for private medical organizations.

Keywords

State medical organizations, commercial medical organizations, consumers (patients), distribution.

Введение

В современной ситуации в России активно развивается сегмент коммерческой медицины, с которым ряд исследователей связывают возможности преодоления недостатков, присущих, по их мнению, государственным организациям здравоохранения [1]. Лидером по присутствию коммерческих медицинских клиник выступает Центральный федеральный округ, за которым следуют Приволжский федеральный округ, Северо-Западный и другие [6]. Логичным представляется, что коммерческие медицинские организации изначально ориентированы на выявление и удовлетворение запросов потребителей (пациентов) [2], поскольку они создаются с превалированием целевых установок экономической эффективности работы над социальными. Такая изначальная ориентация на

потребителей должна способствовать росту клиентопотока, привлекаемого коммерческими медицинскими организациями. Это, в свою очередь, актуализирует исследование ситуации, связанной с реальным распределением пациентов между государственными и частными сегментами медицины.

Материалы и методы

В статье представлены вопросы распределения потребителей (пациентов) между медицинскими организациями из государственного и коммерческого сегмента, анализируются сложившиеся мнения ученых и практиков, специализирующихся на данной тематике; осуществлено аналитическое рассмотрение результатов эмпирических исследований, характеризующих ситуацию и мнение практиков (экспертов в данной отрасли) относительно ситуации в распределении клиентопотока, что позволяет определить основные тренды. Используются методы научного обобщения, поиска, сопоставления научных мнений, сравнительного анализа и синтеза полученной исследовательской информации.

Обсуждение

В привлечении потребителей существенную роль играет наличие или, напротив, отсутствие доверия к оказываемым услугам. Согласно существующим данным в настоящее время россияне стали больше доверять коммерческим медицинским организациям и оказываемым ими медицинским сервисам [5].

В отмеченном контексте З. Бектурганов полагает, что «коммерческая медицина … постепенно привлекает все больше потребителей» [1].

Такие исследователи, как Е. Петренко, Н. Искаков обоснованно полагают, опираясь на результаты проведенных ими маркетинговых исследований, что степень доверия к врачебному и среднему медицинскому персоналу у пациентов выше в коммерческом сегменте, чем при получении медицинских услуг в государственных медицинских организациях [4]. Данные авторы выделяют значение эмоциональной составляющей при потреблении медицинских сервисов (рис. 1).

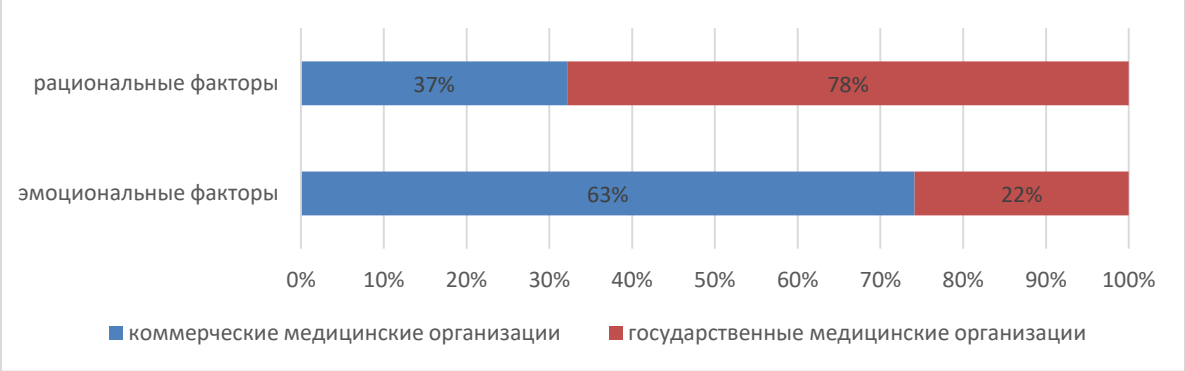

Рисунок 1 — **Распределение эмоциональных и рациональных факторов потребителей при контакте с государственными и коммерческими медицинскими организациями (согласно данным эмпирического исследования Е. Петренко, Н. Искакова)** [4]

Эмоциональная составляющая очень важна при потреблении товаров и услуг, поскольку создает связь между стороной, предлагающей товары и сервисы, и стороной, их потребляющей. Это особенно актуально при получении медицинских сервисов, которые, по устоявшемуся мнению исследователей и практиков, относятся к «условно отрицатель-

ным» [7] (то есть не вызывающим положительных эмоций у клиентов (пациентов), поскольку сопряжены с болезнью). Однако есть также верифицируемая информация относительно негативного отношения пациентов к навязыванию дополнительных услуг в коммерческих медицинских центрах, именуемая потребительским негативизмом [3] и нуждающаяся в коррекции за счет работы медицинских организаций со своей целевой аудиторией.

Отмеченные точки зрения свидетельствуют о большом потенциале коммерческой медицины в плане привлечения потребителей (пациентов) и одновременно существующих проблемах в работе, что актуализирует более подробное исследование данного вопроса.

Результаты

Несмотря на описанные выше точки зрения, распределение клиентопотока не является постоянной величиной, и, согласно данным масштабных эмпирических исследований, наблюдается движение пациентов как в сторону коммерческого сегмента медицины, так и в сторону государственных медицинских организаций.

Мнение представителей сегмента коммерческой медицины относительно динамики клиентопотока (пациентопотока) в коммерческие и государственные медицинские организации в 2018–2019 гг. визуализировано на рисунке 2.

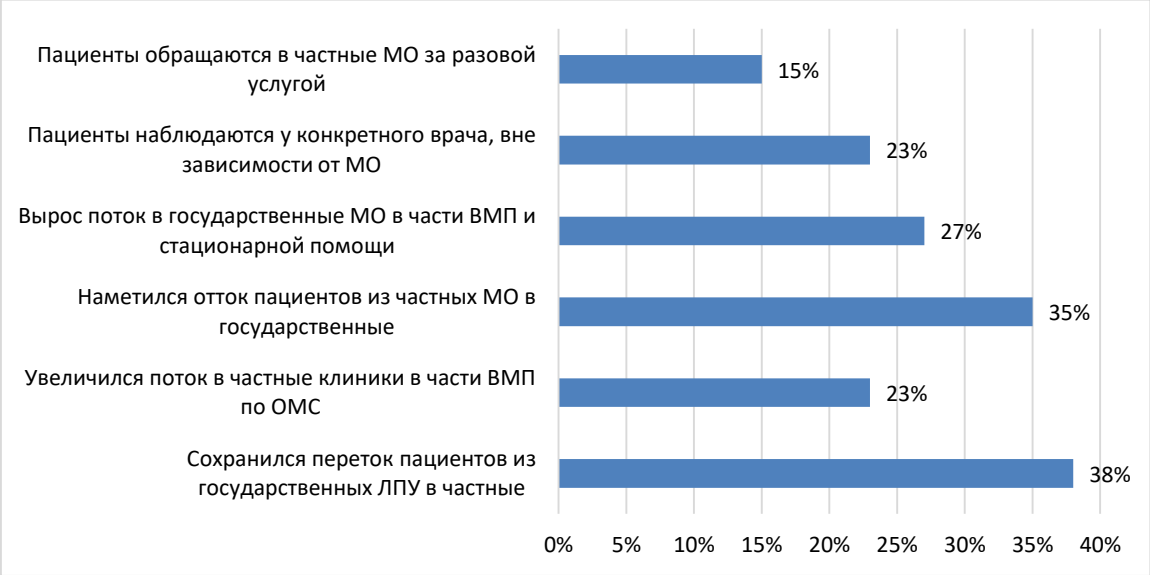

Рисунок 2 — **Мнение о динамике клиентопотока (пациентопотока) в коммерческие и государственные медицинские организации в 2018–2019 гг.** [3]

Как видим, мнения экспертов противоположны. Так, 38 % отмечает отток из государственного сектора в коммерческий, а 35 %, напротив, подчеркивает тенденцию перетока пациентов из частных медицинских организаций в государственные. Важным является мнение относительно привычки получать стационарную помощь в сегменте коммерческой медицины (27 %).

В целом, согласно представленным данным, можно заключить, что пациенты, согласно мнению экспертов из отрасли здравоохранения, стремятся получать в коммерческих медицинских организациях высокотехнологичную медицинскую помощь (ВМС) по полису ОМС. Сопряжено это с объективными сложностями, наличествующими при попытке записи к интересующему спе-

циалисту в государственной медицинской организации, из-за высокой степени загруженности врачей и отсутствия гибкого графика в организации приема, жестким временным нормированием интервала на каждого пациента и т. д. Другой причиной активизации записи в коммерческий центр может служить желание уточнить диагноз, схему лечения, понять правильность назначений, которые были сделаны в государственном лечебно-профилактическом учреждении (ЛПУ). Расширился спектр услуг, по которым пациенты рассчитывают на получение высокотехнологичной медицинской помощи по полису ОМС, согласно выделяемой медицинским центрам квоте на их оказание. Это такие направления, как: сосудистая хирургия, гинекология, нейрохирургия и в том числе онкология.

Можно отметить, что оснащенность оборудованием и возможности по оказанию качественной медицинской помощи в государственных медицинских организациях за анализируемый период существенно выросли, что, наряду с падением реальных доходов граждан, способствует частичному перетоку в сегмент государственных ЛПУ.

Важным также представляется то обстоятельство, что ряд пациентов «идет на врача», то есть определенного специалиста, и они намерены посещать именно его, независимо от того, где он работает: в частном или государственном медицинском учреждении.

Еще одним проявившимся трендом стало разовое обращение за определенным диагностическим, консультационным или иным медицинским сервисом у конкретного специалиста, мнение которого считается авторитетным, или в конкретной частной медицинской организации, специализирующейся на таких случаях. Это характерно для пациентов, получающих медицинскую помощь на регулярных условиях в государственных ЛПУ, но нуждающихся (разово) в специфической диагностике. Массово наблюдается тренд обращения за лабораторными исследованиями в частный медицинский сегмент, так как потребители склонны экономить собственное время и выбирают лаборатории вблизи проживания с удобным графиком забора анализов или предпочитают вызов специалиста на дом.

Отметим, что есть некоторая специфика в проявлении описанных трендов в отношении клиентопотока (пациентопотока) в городах федерального значения и регионах страны (рис. 3).



Рисунок 3 — **Мнение о динамике клиентопотока (пациентопотока)**

в коммерческие и государственные медицинские организации в 2018–2019 гг. применительно к работе клиник в городах федерального значения и регионах страны [3]

На основе представленного экспертного мнения можно следующим образом прокомментировать проявившиеся тренды применительно к работе клиник в городах федерального значения и регионах страны, а также сетей в городах федерального значения и регионах. В городах федерального значения у населения больше уровень дохода, что обосновывает миграцию в сегмент коммерческой медицины. Кроме того, оснащенность частных клиник привлекает своими возможностями в плане получения высокотехнологичных медицинских услуг.

Отток пациентов из коммерческого сегмента в государственный проявляется для клиник и сетевых проектов как в городах федерального значения, так и в регионах и сопряжен с ростом инфраструктурного обеспечения ЛПУ. Схожие тенденции, но в разной степени частоты проявления характерны в отношении посещения определенного специалиста в коммерческой клинике для ситуации в городах федерального значения и регионах России. Обращение за разовой услугой чаще проявляется при контакте пациентов с сетевыми частными клиниками.

Таким образом, в настоящее время нет четко детерминируемой тенденции перетока клиентов (пациентов) в коммерческий медицинский сегмент. Характерным осталось желание потребителей получать высокотехнологичную медицинскую помощь в частных медицинских организациях по полису ОМС, однако рост оснащенности государственных ЛПУ и комфортности получения в них медицинских услуг также создает прецеденты перетока пациентов из частного медицинского сегмента в государственный.

Выводы

Вопросы распределения потребителей между медицинскими организациями государственного и коммерческого сегментов представляются актуальными, поскольку количество коммерческих медицинских организаций (сетевых и несетевых) существенно выросло в последнее время как в городах федерального значения, так и в регионах страны.

Научным сообществом, преимущественно, отстаивается точка зрения о большей комфортности потребления медицинских сервисов в сегменте коммерческой медицины, что оправданно, поскольку частные медицинские организации изначально ориентированы на удовлетворение пациентов, так как в них превалирует экономическая составляющая работы над социальной.

Вместе с тем сложившаяся практика демонстрирует двухсторонний процесс перемещения клиентопотока (пациентопотока) как из государственного сегмента в коммерческий, так и наоборот. Это сопряжено с ростом инфраструктурной обеспеченности и укомплектованности оборудованием государственных ЛПУ как в городах федерального значения, так и в регионах. Также проявился тренд на разовое или перманентное сочетание получения медицинских сервисов и в частных, и в государственных медицинских организациях.

Отмеченные тренды целесообразно учитывать представителям коммерческого медицинского сегмента для правильной организации собственной работы и привлечения клиентопотока.

Библиографический список

1. *Бектурганов, З. З.* Потребительский спрос на услуги коммерческой медицины как фактор развития медицинского образования в регионе //

Российское предпринимательство. — 2015. — № 2 (272). — С. 347–358.

2. *Бондаренко, В. А., Зубарева, Н. Н., Чисников, В. А.* Вопросы востребованности маркетинга персонала в здравоохранении в России // Маркетинг в России и за рубежом. — 2021. — № 2.

3. Исследование рынка коммерческой медицины в России 2018–2019 гг. [Электронный ресурс]. — URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/eycom/ru_ru/news/2020/03/ey_healthcare_research_2018-2019_24032020.pdf.

4. *Петренко, Е. С., Искаков, Н. З.* Феномен эмоциональных продуктов частных медицинских услуг // Российское предпринимательство. — 2016. — № 16. — Т. 17. — С. 2003–2012.

5. Россияне считают платные медуслуги более качественными [Электронный ресурс]. — URL: https://iz.ru/708435/valeriia-nodelman-nataliia-berishvili/rossiiane-schitaiut-platnye-meduslugi-bolee-kachestvennymi.

6. Рынок частной медицины в России [Электронный ресурс]. — URL: https://marketing.rbc.ru/articles/11332.

7. *Шерешева, М. Ю., Костанян, А. А.* Клиентоориентированность персонала в государственных организациях здравоохранения в России // Вестник СПбГУ. Сер. Менеджмент. — 2015. — Вып. 4. — С. 74–114.

Bibliographic list

1. *Bekturganov, Z. Z.* Consumer demand for commercial medicine services as factor in development of medical education in region // Russian Entrepreneurship. — 2015. — № 2 (272). — P. 347–358.

2. *Bondarenko, V. A., Zubareva, N. N., Chisnikov, V. A.* Questions of demand for personnel marketing in healthcare in Russia // Marketing in Russia and abroad. — 2021. — № 2.

3. Research of market of commercial medicine in Russia 2018–2019 [Electronic resource]. — URL: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/eycom/ru_ru/news/2020/03/ey_healthcare_research_2018-2019_24032020.pdf.

4. *Petrenko, E. S., Iskakov, N. Z.* Phenomenon of emotional products of private medical services. — 2016. — № 16. — Vol. 17. — P. 2003–2012.

5. Russians consider paid medical services more qualitative [Electronic resource]. — URL: https://iz.ru/708435/valeriia-nodelman-nataliia-berishvili/rossiiane-schitaiut-platnye-meduslugi-bolee-kachestvennymi.

6. Market of private medicine in Russia [Electronic resource]. — URL: https://marketing.rbc.ru/articles/11332.

7. *Sheresheva, M. Yu., Kostanyan, A. A.* Client orientation of personnel in state healthcare organizations in Russia// Herald of SPbU. Ser. Management. — 2015. — Issue 4. — P. 74–114.