ИССЛЕДОВАНИЕ

Гуняков Ю.В.[1], **Воротынцева М.Ф.**[1]
[1] *Сибирский федеральный университет, г. Красноярск*

Инновационный подход к исследованию качества в системе платного обслуживания на рынке медицинских услуг

АННОТАЦИЯ:
В статье рассматриваются подходы к исследованию качества обслуживания в условиях частных клиник в разных сегментах рынка, а также представлена собственная методика оценки качества. Инновационный подход будет интересен для исследования для практикующих коммерсантов и маркетологов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *качество, коммерческая деятельность, медицинская услуга, рынок, продажа услуг, система обслуживания, функциональная модель*

JEL: *C13, I11, L84, O30*

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:
Гуняков Ю.В., Воротынцева М.Ф. Инновационный подход к исследованию качества в системе платного обслуживания на рынке медицинских услуг // Российское предпринимательство. — 2016. — Т. 17. — № 11. — С. 1343–1350. — doi: 10.18334/rp.17.11.35338

Гуняков Юрий Владимирович, доктор экономических наук, профессор кафедры торгового дела и маркетинга Торгово-экономического института, Сибирский федеральный университет, г. Красноярск

Воротынцева Мария Фёдоровна, аспирант кафедры торгового дела и маркетинга Торгово-экономического института, Сибирский федеральный университет, г. Красноярск (ulitinamaria@mail.ru)

ПОСТУПИЛО В РЕДАКЦИЮ: 09.06.2016 / ОПУБЛИКОВАНО: 20.06.2016

ОТКРЫТЫЙ ДОСТУП: http://dx.doi.org/10.18334/rp.17.11.35338

(c) Гуняков Ю.В., Воротынцева М.Ф. / Публикация: ООО Издательство "Креативная экономика"

Статья распространяется по лицензии Creative Commons CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)

ЯЗЫК ПУБЛИКАЦИИ: русский

Введение

Решение проблемы качества в любой стране определяет уровень ее экономического положения. Здесь центральное место занимает человек. В этой связи представление сущности проблемы управления качеством, а также должной методологии и формирования ясного образа мышления для управленцев всех уровней, является важной задачей.

Цель управления качеством услуг, оказываемых в процессе осуществления коммерческой деятельности, заключается в достижении установленного уровня оказания услуг через его определение, обеспечение и сохранение.

Развитие платных услуг обусловлено всесторонним распространением возможности получения более быстрой и профессиональной врачебной помощи в частных клиниках. Такие возможности стали осуществимыми благодаря развитию отношений между участниками рынка и государством (выдача лицензий на оказание платных услуг) [3].

На данный момент развития рынка сформировались отдельные предприятия, оказывающие платные медицинские услуги и применяющие в своей практике все функции коммерческой деятельности (*рис. 1*).

Финансовое обеспечение заключается в постоянном обеспечении финансовыми ресурсами для покрытия возникающих ежемесячных расходов: заработная плата персонала, арендная плата за помещение, приобретение лекарственных препаратов и медицинского инвентаря, налоговое бремя, коммунальные платежи и др. Данная функция является ключевой, так как именно с нее начинается и поддерживается вся деятельность.

Материально-техническое обеспечение является источником материальных ресурсов для оказания и продажи медицинских услуг.

Трудовое обеспечение способствует оказанию медицинских услуг через персонал: администраторы записывают пациентов и принимают оплату, а врачи – консультируют и назначают лечение.

Информационное обеспечение является функцией, которая связывает между собой все остальные: «нервная» система коммерческого предприятия выстраивается через корпоративное общение, сотовую связь, деловые отношения.

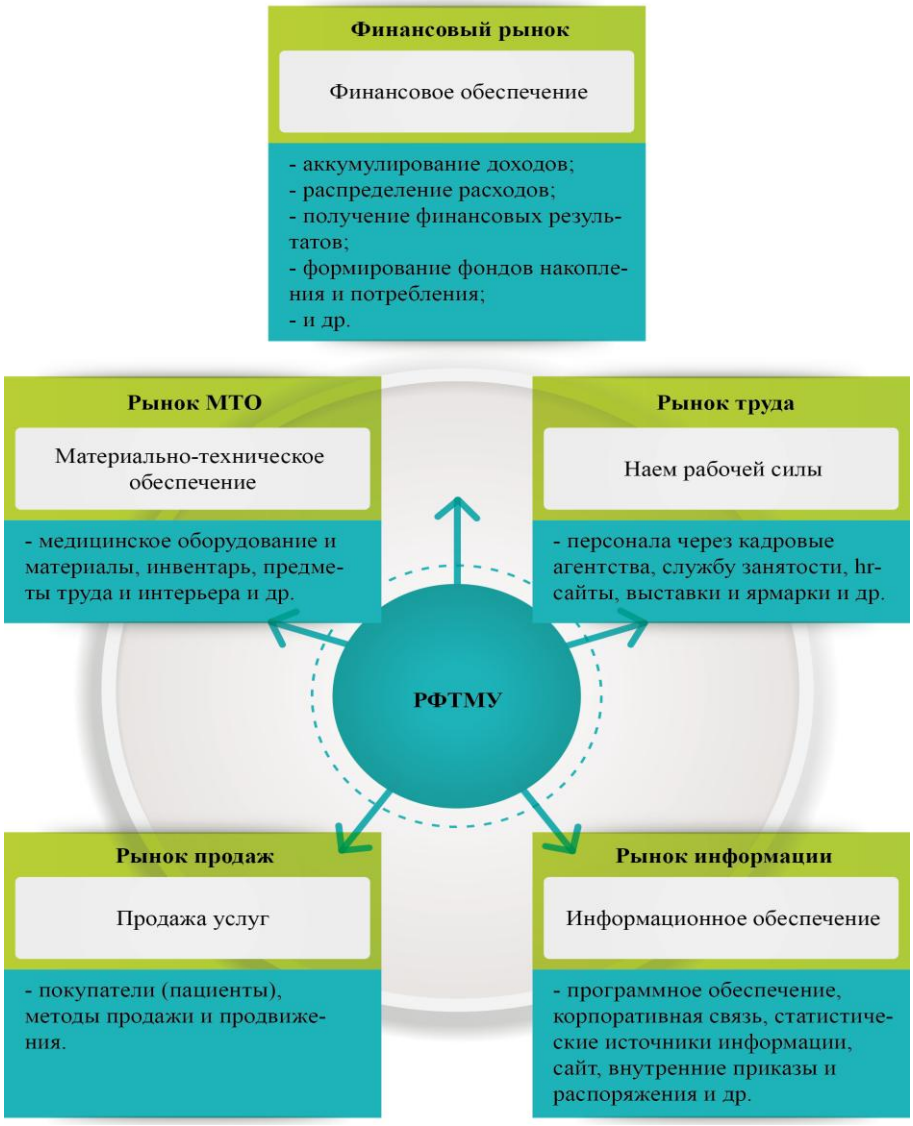


Рисунок 1. Функциональная модель коммерческого предприятия, оказывающего платные медицинские услуги
Примечание: РФТМУ – розничная форма торговли медицинскими услугами.
Источник: составлено авторами

Функция продажи является первоисточником качества: именно здесь оно появляется при организации системы обслуживания, формируются его компоненты, устанавливается уровень. Коммерческая деятельность в сфере платных услуг – это система отношений купли-продажи, основанная на взаимовыгодном сотрудничестве, генерации изменений с учетом причинно-следственных связей и качества функционирования.

Коммерческая деятельность в сфере услуг имеет свои особенности. Во-первых, она предполагает учет специфики трех важных

составляющих – товаров, рынков и каналов реализации (продажи), направленных на взаимовыгодное удовлетворение экономических интересов сторон.

При этом рыночная форма торговли услугами отражает более сложные связи, поскольку здесь товар теряет свои вещественные признаки, в связи с чем организация отличается большей неопределенностью.

Во-вторых, в структуре коммерческой деятельности в сфере услуг отсутствует оптовое звено, исчезает функция развития и управления товарными запасами, то есть хозяйственные связи отличаются большей определенностью и гибкостью.

В-третьих, в отличие от торговли вещественными товарами здесь отсутствует функция закупок услуг для их последующей продажи.

В-четвертых, ведущим методом торговли услугами становится индивидуализация продаж, устанавливающая персонализацию спроса покупателей.

Каждая функция формирует вид торговли на соответствующем рынке, создавая взаимовыгодные отношения купли-продажи. В этом аспекте коммерческая деятельность по организации платных услуг представляет совокупность различных ее видов, связанных с закупками средств производства и продажи, производимых на их основе медицинских услуг.

Все функции являются важными и незаменимыми при организации рыночной формы торговли услугами: финансовое обеспечение дает базис для развития и поддержания других функций, информационное обеспечение является «нервной» системой всей функциональной модели, материально-техническое обеспечение состоит из технических и материальных средств, необходимых для организации деятельности, трудовые ресурсы являются производителями услуг, а продажа является ключевой в системе механизма организации коммерческой деятельности в виде рабочего звена.

Важным звеном в системе коммерческой деятельности является система обслуживания покупателей и уровень ее качества: от того, насколько высок ее уровень, зависит величина аккумулируемых доходов. Несмотря на это, изучение отечественной и зарубежной литературы выявило разнообразие научных подходов к определению и управлению качеством обслуживания. Большая часть из них основана на

оценке соотнесения ожиданий потребителя и фактического восприятия полученной услуги на основе определенных характеристик. Поскольку процесс оказания услуг в коммерческой деятельности не может существовать отдельно от других ее функций, то систему обслуживания целесообразно рассматривать комплексно с выявлением причинно-следственных связей и «узких» мест.

Поэтому нами был разработан и апробирован инновационный подход к исследованию системы обслуживания, оказываемых в процессе осуществления коммерческой деятельности (*рис. 2*).



Рисунок 2. Методы оценки качества обслуживания в существующих медицинских предприятиях (собственный подход к исследованию)
Источник: составлено авторами

В структуре подхода определены следующие методики в четкой последовательности их применения: изначально совокупность субъектов рынка исследуется через методику «SERVQUAL» и собственную методику «ЦИВР» (были взяты узкоспециализированные клиники и клиники широкого профиля для сопоставления итогов и выявления отличительных особенностей), затем полученные результаты группируются через элементы теории ограничений и определяется функциональное звено (или несколько звеньев или функций коммерческой деятельности), где расположено главное ограничение.

На первом этапе исследования (методика «SERVQUAL») были получены общие результаты, свидетельствующие о том, что есть отклонения по качеству в области организационных составляющих коммерческой деятельности и обслуживания потребителей: главные

проблемы функционирования в клиниках широкого профиля – это ошибки и неточности в работе, отсутствие способности решения конфликтных ситуаций, неудобное время приема для пациентов.

Методика «SERVQUAL» показывает наличие определенных проблем в существующей системы обслуживания предприятия, но не отражает цепь причин и следствий, в связи с чем нами были предложены собственные параметры оценки, объединенные в методику «ЦИВР» (*табл.*).

Таблица

Характеристика критериев качества обслуживания по методике «ЦИВР»

Измерение качества услуги	*Краткое описание измерения*
1. Цена	Выявляется наиболее приемлемый уровень цен для пациентов (через анкетирование)
2. Информация	Оценивается уровень простоты для понимания доносимой информации для пациента (через анкетирование)
3. Время	Оценивается продолжительность приема – время оказания услуги (через анкетирование)
4. Результат / Эффект	Оценивается результат услуги после ее оказания и воздействие его на здоровье пациента (через анкетирование)

Источник: составлено авторами

Методика включает в себя 17 вопросов, позволяющих подсчитать общий коэффициент качества системы обслуживания в условиях объекта рынка. Вопросы составляются по блокам критериев.

Результаты исследования по методике «ЦИВР» показали нежелательные явления (переход к «Теории ограничений системы» [7]) в различных сегментах рынка: в клиниках широкого профиля – отсутствие единой системы обслуживания пациентов, что приводит к хаотичности деятельности (очереди в коридорах, неудобное время приема, увеличение времени ожидания результата приема и др.), отсутствие заинтересованности в результате приемов; в узкоспециализированных клиниках – отсутствие возможности дистанционного получения информации, посещение клиники не всегда решает проблему пациента, слабо развита функция информационного обеспечения.

Все это обусловлено отсутствием единых правил, которые регулируют всю работу персонала с пациентами и приводят к возникновению нежелательных явлений, представленных выше.

Когда пациенты понимают, что уровень обслуживания в частной

клинике равен уровню обслуживания в государственном учреждении, но при этом была произведена оплата, то они возвращаются в сферу бесплатной медицинской помощи.

Применение функциональной модели раскрыло звенья, где «спрятаны» ограничения коммерческой деятельности частных медицинских предприятий: информационное обеспечение и функция продажи услуг предложены к усовершенствованию через снятие ограничений в ходе осуществления плана преобразований.

Поскольку сейчас в стране действует кризис потребления, то ключевую роль в функционировании коммерческой деятельности занимает качество системы обслуживания, так как происходит конкурентная борьба за каждого пациента. В этой связи было проведено исследование уровня качества системы обслуживания через обобщенный метод оценки, а также был предложен собственный метод (ЦИВР), который конкретизирует область возникновения проблем.

Заключение

В ходе исследования уровня качества системы обслуживания было установлено одно общее ограничение для всех игроков рынка (как для клиник широкого профиля, так и для узкоспециализированных клиник) – это отсутствие заинтересованности в получении эффективного результата оказания услуг: чем меньше целевой сегмент, в котором работает клиника, тем меньше влияния ограничения на какую-либо функцию коммерческой деятельности. Данная гипотеза подтверждается значениями коэффициента качества системы обслуживания при оказании платных медицинских услуг через собственную ЦИВР-методику.

Таким образом, чем крупнее объект рынка, тем существеннее объем действующих проблем, снижающих качество обслуживания (очереди, неудобное время приема). При этом в узкоспециализированном сегменте присутствует хаотичность при оказании медицинских услуг (свобода в выборе уровня цен, самостоятельное определение процесса обслуживания).

ИСТОЧНИКИ:

1. *Герасимова Е.А., Чаплина А.Н.* Стратегические направления инновационного развития предпринимательских структур сферы услуг: Монография. – Красноярск, 2013. – 228 с.

2. *Гуняков Ю.В., Гуняков Д.Ю.* Коммерциология: предчувствие перемен. Инновационные бизнес-модели коммерческой деятельности: Монография. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2015. – 158 с.

3. *Гуняков Ю.В., Улитина М.Ф.* Качество платных услуг: проблемы определения // Теория и практика коммерческой деятельности: Сборник материалов конференции. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2015.

4. *Гуняков Ю.В., Улитина М.Ф.* Эмпирический взгляд на инновации торговли в сфере услуг // Теория и практика коммерческой деятельности: Сборник материалов конференции. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2013. – С. 44-47.

5. *Новаторов Э.В.* Методы разработки и анализа процесса обслуживания в маркетинге услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 1. – С. 50-57.

6. *Фирсенко С.С.* Формирование рынка услуг в розничной сети: Монография. – Красноярск: КГТЭИ, 2010. – 286 с.

7. *Шрагенхайм Э.* Теория ограничений в действии. Системный подход к повышению эффективности компании. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 286 с.

8. *Berry L. L.* Discovering the Soul of Service: The Nine Drivers of Sustainable Business Success. – New York: Free Press, 1999. – 288 p. – P. 35–38.

Yury V. Gunyakov, Doctor of Science, Economics, Professor, Chair of Commerce and Marketing, Institute of Commerce and Economics, Siberian Federal University, Krasnoyarsk
Maria F. Vorotyntseva, Postgraduate, Chair of Commerce and Marketing, Institute of Commerce and Marketing, Siberian Federal University, Krasnoyarsk

Innovative approach to research of quality within the system of paid services on the market of medical services

ABSTRACT
The article reviews approaches to research of the service quality under conditions of private clinics in different market segments and it represents the authors' own methodology for quality assessment. The innovative approach will be interesting to study by practical businesspeople and marketing experts.
KEYWORDS: quality, commercial activity, medical service, market, service sale, service system, functional model