

перспективы для платной медицины в амурской области

*особенности потребительского поведения
на рынке медицинских услуг в регионе*

Аннотация

Статья посвящена изучению потребительского поведения разных групп населения на рынке медицинских услуг. В результате исследования, проведенного с помощью анонимного анкетирования, установлено, что отношение граждан к медицинскому обслуживанию, мотивы потребления, уровень спроса на услуги различаются в зависимости от социально-экономических и демографических характеристик. Полученные результаты имеют существенный интерес для разработки маркетинговой стратегии учреждений здравоохранения.

На сегодняшний день в обществе происходят изменения в структуре населения, которые исключают возможность однообразного подхода к организации предоставления медицинских услуг [1]. Характерные для России внутрирегиональные различия в социально-экономической и демографической структуре населения существенно влияют на потребление медицинских услуг. При этом межрегиональная дифференциация дополняется внутрирегиональными различиями, которые проявляются между крупными городами и сельской местностью [2]. В этих целях важное значение приобретает сбор достоверной информации о потребительском поведении на рынке медицинских услуг в регионе различных групп населения.

Полянская Е.В.

*аспирантка
Тихоокеанского
государственного
университета,
экономист
Дальневосточного
научного центра
физиологии
и патологии дыхания
СО РАМН,
г. Благовещенск
lenakolosova4@
rambler.ru*

важнейшим критерием социальной эффективности здравоохранения является степень удовлетворенности населения бесплатным медицинским обслуживанием

Целью исследования является изучения отношения различных групп населения к медицинскому обслуживанию в регионе. Исследование проводили методом анонимного анкетирования в Амурской области, в ходе которого было опрошено 500 человек.

Удовлетворенность

Важнейшим критерием социальной эффективности здравоохранения является степень удовлетворенности населения бесплатным медицинским обслуживанием [3]. При оценке уровня удовлетворенности медицинским обслуживанием в государственных медучреждениях было выявлено следующее:

- 60,1% опрошенных частично удовлетворены медицинским обслуживанием;
- 17,7% не удовлетворены медицинским обслуживанием;
- 14,5% полностью удовлетворены.

При этом в сельской местности число удовлетворенных медицинским обслуживанием меньше (53%), чем в городской местности (64,1%).

Основными недостатками медицинского обслуживания в государственных лечебно-профилактических учреждениях (ЛПУ), по мнению респондентов, являются:

- плохая организация приема пациентов (27,8%);
- устаревшее медицинское оборудование (25%);
- недостаточный объем лечения и обследования (22,8%).

Современные социально-экономические условия определяют как объективную необходимость развития платных медицинских услуг, так и субъективное понимание населением этой необходимости. На вопрос о необходимости существования наряду с бесплатным платного медицинского обслуживания положительно ответили 55,9% респондентов.

Отрицательно ответили 26%, затруднились ответить 18,1% опрошенных.

Мужчины положительнее относятся к существованию платного медицинского обслуживания, чем женщины. 60,3% участвующих в анкетировании мужчин признают необходимость платного медицинского обслуживания, в то время как среди женщин только 54,5% относятся позитивно к платным медицинским услугам.

Цена услуги

В результате проведенного исследования выяснилось, что в целом большинство опрошенных (39,8%) предпочитают обращаться за платными медицинскими услугами в платные отделения государственных медицинских учреждений. 36,2% предпочитают обращаться в частные медицинские клиники.

На взгляд автора, доверие к государственным ЛПУ обусловлено рядом факторов. С одной стороны, население склонно больше доверяться проверенным государственным медицинским учреждениям и врачам, работающим в них, нежели в частных клиниках. С другой стороны, цена платных медицинских услуг ниже в государственных ЛПУ, нежели в коммерческих.

Большую часть респондентов в платном медицинском обслуживании привлекает отсутствие очередей (26%), оснащенность современным оборудованием (20,2%), внимание со стороны медицинского персонала (18,3%).

Исследование причин, по которым население обращается за медицинскими услугами в частные клиники, позволило определить:

– что 34,7% респондентов предпочитают обращаться за медицинскими услугами, когда необходимо быстро пройти обследование или сдать анализы;

– 29% обращаются в частные клиники в случаях, когда в государственные ЛПУ не могут оказать ту или иную услугу.

Таким образом, полученные данные свидетельствуют о том, что население обращается в частные клиники в первую очередь с целью экономии собственного времени при получении медицинских услуг. Улучшение организации

Ключевые слова:

рынок медицинских услуг, потребительское поведение, медицинское учреждение, здравоохранение, маркетинговая стратегия, лечебно-профилактическое учреждение

Keywords:

market of medical services, consumer behaviour, medical institution, public health services, marketing strategy, patient care institution

медицинского обслуживания в государственных ЛПУ повысило бы их привлекательность и конкурентоспособность на рынке медицинских услуг.

Информированность

На взгляд автора, важной задачей для изучения доступности медицинских услуг является определения уровня информированности населения об их гарантиях в части получения бесплатных медицинских услуг. Информированность населения о своих правах обеспечивает возможность повышения доступности получения бесплатных медицинских услуг. В этом случае население имеет представление о том, где и в каком объеме оно может получить бесплатную медицинскую помощь. В то время как низкая информированность может вызывать недовольство работой медицинских учреждений, работающих в рамках системы ОМС.

По данным анкетирования, только около 30,8% городского и 21,3% сельского населения информировано о перечне бесплатно оказываемых медицинских услугах. При этом ничего не знают о данном вопросе 44,9% городского и 52% сельского населения.

Учитывая недостаточно высокую информированность опрошенных о своих правах, можно констатировать, что в настоящее время имеется большая необходимость проведения пропагандистских мероприятий, направленных на повышение информированности населения о правах в рамках ОМС.

Село и город

Важное значение для исследования потребительского поведения населения играет анализ экономической доступности платных медицинских услуг. Большинству участников опроса (58%) приходилось отказываться от лечения из-за отсутствия денег. Сельские жители чаще отказываются от платных меди-

**мужчины положительнее
относятся к существованию
платного медицинского
обслуживания, чем женщины**

цинских услуг (61%), чем горожане (56%).

На взгляд автора, платная медицина с экономической точки зрения менее доступна для сельских жителей в силу низкого уровня дохода. По данным результатов опроса, городское население имеет больший уровень дохода, чем сельское. 30,6% сельского населения имеют доход до 3000 рублей, в то время как только 9,9% городского населения имеют этот же уровень дохода. В то же время, доход свыше 20 000 получают 6,6% респондентов, проживающих в городе и 2,8% проживающих в селе.

Также обращает на себя внимание тот факт, что чаще вынуждены отказываться от платных медицинских услуг пенсионеры (64,8%), рабочие (66,1%), служащие (63,5%), безработные (59%).

Проведенное исследование позволило выявить основные мотивы потребления платных медицинских услуг, степень информированности населения о своих правах в части получения бесплатной медицинской помощи, а также потребительские оценки медицинского обслуживания в государственных ЛПУ. Полученные данные позволяют сделать вывод относительно того, в каком направлении нужно вести работу, для того чтобы удовлетворять потребности населения в медицинском обслуживании.

Таким образом, в результате проведенного нами исследования установлена существенная роль демографических и социально-экономических характеристик населения на их потребительское поведение на рынке медицинских услуг. Место проживания, род занятий, уровень дохода, пол опрошенных существенно влияют на потребительское поведение на рынке медицинских услуг, а также на информированность по поводу своих прав в рамках программы государственных гарантий. Это свидетельству-

...34,7% респондентов

предпочитают обращаться

за медицинскими услугами

в частные клиники,

когда необходимо быстро

пройти обследование

или сдать анализы

ет о том, что анализ демографических и социально-экономических параметров населения может способствовать выявлению перспектив развития платного медицинского обслуживания в области [4].

Литература

1. Стародубов В.И. Концепция реформ управления и финансирования здравоохранения РФ. – М.: Минздрав РФ, 1996. – 73 с.
2. Петрова Н., Балохина С., Бичилова А. Особенности спроса на платные медицинские услуги. // Маркетинг. – 2006. – № 3. – С. 110-114.
3. Шилькова Н.Ф. Научное обоснование эффективности использования ресурсов здравоохранения на региональном уровне, обеспечивающих качество и доступность медицинской помощи населению. Автореф. дисс... канд. мед. наук. – М., 2008. – 46 с.
4. Жукова М.В. Перспективы платного обслуживания в медицине. // Социологические исследования. – 2006. – № 12. – С. 84–88.

pn

Polyanskaya E. V.

*post-graduate student, Pacific State University,
economist of the Far East Scientific Centre of Physiology and Breath
Pathology of Syberian Branch of the Russian Academy of Medical Science,
Blagoveshchensk*

Prospects of paid medical service in the Amur Region

Distinctive features of consumer behaviour in the market of medical services in the region

Abstract

A study of consumer behaviour of the different population groups in the market of medical services is presented in the article. In the course of this research made by anonymous questioning, it was established that the attitude of citizens to health services, consumption motives, the level of demand on services differ depending on demographic, social and economic characteristics. The obtained results present an interest for developing the marketing strategy for the health protection institutions.