



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги.

к.с.н. Тарасенко Е.А.

Кафедра управления и экономики здравоохранения
Факультет государственного и муниципального управления



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

Примерно треть платного рынка приходится на добровольное медицинское страхование (ДМС), а две трети – на прямые платежи за нужные услуги, это соотношение в ближайшие годы сохранится.

Количество застрахованных по программам ДМС только в Москве оценивается в 2–3 млн человек, то есть в 15–20% населения.

В целом по рынку спрос на коммерческие медицинские услуги останется стабильным.

Основная часть контингента платного здравоохранения – те, для кого основным фактором выбора клиники является качественное медицинское обслуживание и гарантия результата лечения

Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

**Вы правильно поняли, что сказал доктор!
Будут живые цветы, классическая музыка!
Все, как вы любите!**





Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

- **Современная Россия, к сожалению, по уровню сервиса отстает от западных стран — сказывается советское прошлое.**
- **Во времена дефицита мало кого волновало, улыбается ли врач или медсестра и достаточно ли вежливо они с вами общаются.**
- **К тому же сама сфера услуг в СССР считалась чем-то вторичным и не таким важным в сравнении с производством.**



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

- **Выгодно ли быть хорошим врачом??**
- **И что же это такое: «хороший доктор»?**



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

- ***«Поликлиника — не ресторан, где клиент всегда прав, здесь нужно слушать, что скажем мы: просим встать — встаньте, не задавать вопросов — молчите!»***



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

- **Зачастую ориентированность на пациента остается только лозунгом даже в частных ЛПУ, оказывающих платные услуги.**
- **Сотрудники не хотят или не умеют соблюдать принципы дружелюбного сервиса.**



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

- Однако больные очень высоко ценят не только «золотые руки» и интеллектуальную одаренность врача, но и некоторые нравственные качества его.
- Особенно подкупает истинное, живое сочувствие к больному, отношение к нему не как к докучливому просителю, а как к человеку в беде, который просит помощи.
- Пациент повышает свою оценку врача, если тот обладает, вдобавок, такими чертами проведения, как внимательность, приветливость, заботливость, скромность, готовность помочь и другие подобные качества.
- **Итак, мы видим, что понятие «хороший врач» содержит в себе, среди прочего, также и моральную оценку, которую получает доктор от своих подопечных**



Сделать медицину в большей степени пациенто-центричной:

- **успеха на рынке платных медицинских услуг достигнут те медицинские организации, которые смогут настроиться и сфокусироваться на индивидуальном потребителе.**
- **«Есть тысяча мелочей, влияющих на потребителя, в которых мы на 10% лучше других. Необходимо фокусироваться на всех крошечных деталях, которые важны клиентам» Starbucks**
- **Секрет популярности Starbucks: потребитель получает гарантированное высокое качество продукта за гарантированное короткое время в гарантированной комфортной атмосфере**



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

В мире происходит процесс конвергенции товаров и услуг. В результате создаются продукты, ценность которых определяется не только качеством самих продуктов, но и всем набором дополнительной сервисной составляющей, которым их окружают.

Высокий уровень дополнительной сервисной составляющей медицинской услуги — это не одолжение потребителю, а фактор, влияющий на доход частного лечебно-профилактического учреждения.



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

- **Предъявляя претензии за оказание некачественных услуг, клиент помогает компании оптимизировать ее бизнес.**
- **Требую качественного сервиса, потребитель способен влиять не только на точки взаимодействия фирмы с клиентом (работу колл-центров, ресепшен и т.д.), но и на внутренние процессы компании.**
-



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

- Для повышения эффективности медицинские клиники вынуждены перенимать опыт у сферы обслуживания, например у отелей, то есть внедрять в свою деятельность принципы отельного менеджмента.
- *Пример: менеджеры клиники «Атлас» решили использовать опыт сети отелей Intercontinental, в частности столичного 5-звездочного Moscow Tverskaya.*



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

- **Если профессионализм медицинских работников упаковать в хороший сервис, все от этого только выиграют.**
- **Пациент должен быть уверен в том, что получает ожидаемое качество в ожидаемые сроки в приятной атмосфере.**



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

На какие особенности обращает внимание пациент (эти особенности можно интерпретировать как «приятная атмосфера», которая входит в сервисную составляющую медицинской услуги):

- Уважительное и доброжелательное отношение медицинского персонала, его заинтересованность в выздоровлении пациента.
- Консервативный и профессиональный стиль одежды - в комплекте с белым халатом - это начало доверия и удовлетворенности пациентов.
- Уютный и стильный дизайн холлов ожидания и ресепшен с дополнительными бонусами:
 - ✓ *Кондиционированный воздух*
 - ✓ *Возможность выпить бесплатно чашечку кофе/чая/какао*
 - ✓ *Фитобар*
 - ✓ *Конфетки/печенье/фрукты на ресепшен*
 - ✓ *Возможность посмотреть телевизор/кино*



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги

Госпитальный дизайн как сервисная составляющая медицинской услуги:

Медицинские клиники могут выглядеть пугающим местом, особенно для детей.

Традиционная парадигма госпитального дизайна (безликие «казенные» интерьеры, белые стерильные стены и громоздкая медицинская техника) порой вызывает отторжение и страх у некоторых малышей.

Что получится, если менеджмент клиники решится на сотрудничество с креативными агентствами: лучшие мировые практики оформления интерьера детских больниц, включая роспись медицинской техники и создание игровых зон.



Управление потребительским поведением пациентов: сервисная составляющая медицинской услуги





Спасибо
за внимание!

*Не для школы,
а для жизни мы учимся*