

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

УДК 351.77:[005.332.4:614]

КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

ЕРШОВ СЕРГІЙ ВАСИЛЬОВИЧ, аспірант кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Запорізького національного університету

[DOI 10.26661/2522-1566/2018-3/05-04](https://doi.org/10.26661/2522-1566/2018-3/05-04)

У статті висвітлено можливості і обмеження використання конкурентних механізмів у секторі охорони здоров'я. Актуальність цього питання викликана протиріччям між традиційними уявленнями про неефективність конкуренції у сфері охорони здоров'я і низької результативності державної системи охорони здоров'я, яка ставить на порядок денний впровадження в цю сферу інструментів конкуренції. Проаналізовано вплив інших ринків на ринок медичних послуг. Розроблено напрями вдосконалення розвитку конкуренції на ринку медичних послуг.

Ключові слова: медицина, ринок медичних послуг, конкуренція, конкурентна рівновага

Постановка проблеми. Інтерес економістів до проблем конкуренції у сфері охорони здоров'я виникає в першу чергу з того знання, що саме конкурентна рівновага призводить до максимізації суспільного добробуту. Однак якщо для багатьох галузей і ринків зв'язок між конкуренцією та добробутом є прямим, він не настільки очевидний для здоров'я. Причина криється в недосконалості самого ринку, а також в особливостях ставлення суспільства до проблем справедливості в наданні медичних послуг. Можливо, конкуренція в цій сфері не буде навіть другим найкращим рішенням (second best), на яке доводиться орієнтуватися у разі неможливості досягнення оптимуму по Парето і при наявності провалів ринку. А значить, будь-які спроби держави розвивати конкурентне середовище будуть марні й недоречні, або повинні бути істотно скориговані з урахуванням специфіки галузі.

Проблеми конкуренції зачіпаються в цілому ряді галузей економічної науки. Економіка охорони здоров'я вивчає здоров'я як економічне благо, а медичні послуги розглядає як один з ключових чинників, що впливають на створення цього блага. Економіка

громадського сектору досліджує недосконалості ринку в охороні здоров'я, а також варіанти політики держави щодо корекції цих недоліків.

Щоб витримати конкуренцію, необхідно мати певні переваги медичних послуг: прийнятна для споживача ціна, великий асортимент, якість, зручні графіки роботи лікарів, місце розташування медичного закладу, консультативний супровід кваліфікованими фахівцями, знижки для певних контингентів споживачів, висока культура обслуговування [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження проблеми підвищення конкурентоспроможності та конкурентних переваг істотний внесок зробили зарубіжні дослідники (М. Портер, Д. Рікардо, А. Сміт, А. Дайян, Р. Урсе, М. Кастенс, Е. Аткинсон, В. Кіп Вескузі, К. Макконнелл, П. Семюелсон, Р. Піндайк, Г. Шрьотер, П. Друкер, М. Блауг, Б. Мільнер), вітчизняні і російські наукові школи (Є. Веліхов, В. Андрійчук, В. Вітвицький, П. Гайдучський, М. Маліка, В. Мессель-Веселяк, Б. Пасхавер, П. Саблука, С. Мочерний, В. Базилевич, Т. Горькова, Г. Шаповалов, З. Борисе-

нко, І. Герчикова, Л. Цигичко, В. Пономаренко, Н. Кізім, В. Геєць, Б. Данілішин, Т. Харченко, В. Шкардун, Г. Чупик, І. Коломієць, А. Войчак, Р. Камишніков, Н. Пахомова).

У розподілі ресурсів на ринку медичних послуг одним з визначальних чинників є конкуренція. Конкуренцію на ринку медичних послуг можна визначити як процес взаємодії споживачів медичних послуг (пацієнтів), постачальників (медичних установ) і посередників (страхових компаній), направлений на досягнення цільових потреб кожного [4]. Згідно з визначенням, приведеним Н.У. Пахомовою, «під конкурентним розуміється процес, який забезпечує ефективне виробництво і розподіл продукції і послуг в часі за допомогою дії на інноваційний розвиток і пристосування до технологічних змін» [3, с. 24]. Таким чином, конкуренція на ринку медичних послуг є певним набором взаємовідносин суб'єктів, який направлений на досягнення позитивного результату, що характеризує якість медичної послуги.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження особливостей конкуренції на ринку медичних послуг України.

Виклад основних результатів. Однією з функцій сучасного ринку медичних послуг є конкурентна функція, що виражається в професійному та соціально-економічному ринковому суперництві медичних організацій за досягнення високих результатів в діагностиці, лікуванні і реабілітації хворих, у сервісному обслуговуванні пацієнтів, у виробництві лікарських засобів, а також їх прагненні до найбільш повного задоволення потреб охорони здоров'я в послугах і товарах підвищеного попиту.

Поняття «конкуренція» належить до фундаментальних категорій ринкової економіки. Воно являє собою змагання, суперництво між виробниками (продавцями) однотипних товарів і послуг, що прагнуть зберегти за собою або розширити ринковий простір, потіснити або витиснути інших претендентів на нього, одержавши в підсумку економічну вигоду. У загальному значенні під конкуренцією розуміють змагання між будь-якими суб'єктами економічної, ринкової діяльності,

боротьбу за можливість бути представленим або за домінування на ринках, з метою одержання й нарощування доходів, прибутків, інших вигід. Академік РАМН, проф., д.м.н., А. І. Вялков визначає конкуренцію, цивілізовану, легалізовану форму боротьби за існування, одним з найбільш дієвих механізмів відбору ефективних учасників ринку й відсівання менш пристосованих до ринку. Таким чином, конкуренція служить одним з найдужчих інструментів ринкового саморегулювання [5, с. 336].

В. Д. Базилевич визначає конкуренцію як змагання економічних суб'єктів за кращі результати ринку. Він вважає конкуренцію суперництвом між відокремленими виробниками продукції, робіт і послуг щодо задоволення інтересів, пов'язаних із продажем продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам [1, с. 206].

На нашу думку, конкурентоспроможність медичної послуги – це сукупність споживчих і вартісних характеристик медичної послуги, що визначають її перевагу над іншими послугами в умовах пропозиції конкуруючих аналогічних медичних послуг, яке сприяє виділенню споживачами з групи аналогічних медичних послуг.

Ринок медичних послуг функціонує при взаємодії трьох основних параметрів – характеру попиту, пропозиції, ціни. Визначальним моментом у потребах медичних послуг є потреба індивідуума у збереженні та примноженні стану свого здоров'я. На думку В. О. Тогунова, потреба медична – усвідомлене або відчутне відчуття «нестачі здоров'я» [4].

Іншими словами, потреба медична – брак стану норми, брак індивідуального фізичного та духовного благополуччя, брак життя, брак фізичної і психічної свободи, а медичний попит – економічний еквівалент можливості задоволення потреби в медичній послугі. Ринок медичних послуг не можна розглядати ізольовано від інших ринків, тісно пов'язаних з ним: медикаментів і витратних матеріалів; медичного обладнання; праці медичних працівників; науково-технічних розробок у медицині.

Вплив інших ринків на ринок медичних

послуг обумовлено двома основними факторами:

1. Вплив на рівень витрат. Медичні організації використовують медичне обладнання і матеріали, вироблені в інших галузях. Відповідно рівень цін на товари цих галузей впливає на рівень витрат в охороні здоров'я.

2. Вплив на попит. Сума коштів, яку споживачі готові заплатити за надані їм медичні послуги, визначається не тільки рівнем цін на медичні послуги, але і ступенем уподобання. При стабільній економічній ситуації на інших ринках зростають доходи підприємств і громадян, і вони готові більше коштів виділяти на медичну допомогу. При економічній кризі фінансові можливості населення знижені, попит на платні медичні послуги падає, платоспроможний попит населення переорієнтовується на інші ринки. Туди ж прямують і їх доходи [6, с. 70].

Вільна конкуренція на ринку медичних послуг досягається при дотриманні двох основних умов: поширену медичну послугу надає практично будь-яка медична організація; присутня велика кількість виробників медичних послуг на певній території.

Особливості оцінки конкурентоспроможності медичних послуг: об'єктом оцінки є діяльність медичної організації, що надає медичні послуги; оцінка медичних послуг пов'язана з оцінкою якості процесу та технології обслуговування; оцінка діяльності медичних працівників безпосередньо споживачем; оцінка часових характеристик надання медичної послуги; оцінка наданої послуги щодо відповідності стандартів якості обслуговування (умови і культури обслуговування); оцінка та інтегрування суб'єктивних думок пацієнтів, що отримали разову медичну послугу.

Конкуренція виробників призводить до зниження вартості медичних послуг як функції витрат двома шляхами:

- медичні організації прагнуть до зниження непродуктивних витрат, економії, підвищенню продуктивності праці, вдосконаленню організації своєї роботи;

- знижують ті ціни, високий рівень яких визначається високим попитом в зв'язку з

обмеженістю пропозиції послуг [6, с. 71].

Нами розроблено напрями вдосконалення розвитку конкуренції на ринку медичних послуг:

1. Організація можливості вільного виходу на ринок медичних послуг: можливість появи нових виробників на ринку ресурсів, необхідних для надання медичних послуг (ринок медикаментів, ринок медичного обладнання, науково-технічних розробок).

2. Впровадження та розвиток державно-приватного партнерства в систему охорони здоров'я.

3. Організація прозорої конкуренції між постачальниками медичних послуг усіх форм власності.

4. Залучення приватних постачальників медичних послуг в реалізації державного замовлення, що дозволить забезпечити доступність медичної допомоги, знизити черговість при наданні послуг і заощадити державні кошти, які витрачаються на інвестиції.

5. Розробка плану маркетингу приватними медичними організаціями, що відображає переваги даного закладу (запуск активної рекламної кампанії, залучення на роботу спеціалістів високої кваліфікації, встановити для постійних клієнтів систему гнучких цін на послуги та надавати знижки, проводити анкетування пацієнтів з метою одержання інформації про задоволеність якістю наданих послуг і сервісом).

На етапі завоювання ринку медичних послуг приватним медичним організаціям необхідно створити конкурентні переваги з допомогою організації маркетингової діяльності, що включає:

1. Проведення аналізу зовнішнього середовища по відношенню до приватної медичної організації, що включає вивчення і аналіз факторів зовнішнього середовища: політичні, економічні, соціальні, культурні і науково-технічні.

2. Вивчення споживачів медичних послуг (реальних і потенційних) та залучення індивідуальних і організованих споживачів послуг.

3. Проведення аналізу пропонованих видів медичних послуг, відмова від застарілих

технологій і розробка концепції впровадження нових послуг, затребуваних на ринку.

4. Розгляд вдосконалення порядку надання послуг (переобладнання та переоснащення робочих місць і приміщень).

5. Розробка гнучкої цінової політики (планування процесу визначення рівня цін та порядку їх затвердження і перегляду, розробка «технології» використання кредитів, знижок).

Висновки. Таким чином, конкурентоспроможність – поняття відносне, яке залежить від конкретних умов, що складаються на ринку: стан ринку медичних послуг, види послуг, ціни, залежності попиту від ціни, умов надання медичної послуги пацієнту.

Створення умов формування конкурентного середовища в медицині, становлення і розвиток конкурентоспроможності медичних послуг і медичної праці – ефективний інструмент на шляху якісної зміни виробничих відносин в самій галузі охорони здоров'я і, найголовніше, абсолютно необхідна умова формування сучасних маркетингових відносин між пацієнтом і лікарем.

Список використаних джерел:

1. Базилевич В.Д. Економічна теорія: Політекономія. К.: Знання-Прес, 2001. 581 с.

2. Мартыненко В.Ф., Вялкова Г.М., Полесский В.А., Беляев Е.Н., Гройсман В.А., Серегина И.Ф. Информационные технологии в управлении здравоохранением Российской Федерации. ГЭОТАР-Медиа, 2009. 248 с.

3. Пахомова Н. В. Современная конкурентная политика: теоретический анализ и опыт реализации (на примере ЕС и России). *Вестн. С.-Петербур. Ун-та. (Сер. 5: Экономика)*. 2008. Вып. 2.

4. Тогунов И. А. Конкуренция в здравоохранении и медицине. URL: <http://www.cfin.ru/management/strategy/> (дата звернення: 15.09.2018).

5. Управление и экономика здравоохранения / Под редакцией А. И. Вялкова. ГЭОТАР-Медиа, 2009. 664 с.

6. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурен-

тоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки. *АПЕ*. 2003. №2. С. 70-73.

7. Aumann R. J. Game Theory. *The New Palgrave: A Dictionary of Economics* / Ed. by J. Eatwell, Murray Milgate, P. Newman, London: Macmillan; New York: Stockton Press; Tokyo: Maruzen, 1987.

8. Портер М. Е. Как конкурентные силы формируют стратегию. *Конкуренция*. М.; СПб., 2006.

REFERENCES:

Bazylevych, V.D. (2001), *Ekonomichna teoriia: Politekonomiia* [Economic Theory: Political Economy], K.: Znannia-Pres, Ukraine, 581 p.

Martynenko, V.F., Vjalkova, G.M., Poleskij, V.A., Beljaev, E.N., Grojsman, V.A. and Seregina I.F. (2009), *Informacionnye tehnologi v upravlenii zdavoohraneniem Rossijskoj Federacii* [Information technology in the management of health care of the Russian Federation], GJeOTAR-Media, 248p.

Pahomova, N. V. (2008), “Modern competition policy: theoretical analysis and implementation experience (on the example of the EU and Russia)”, *Vestnik S.-Peterb. Universitetata. (Ser. 5: Jekonomika)*, Vol.2.

Tohunov, Y. A. “Competition in healthcare and medicine”, URL: <http://www.cfin.ru/management/strategy/> (Accessed 15 September 2018).

Vjalkov, A. I. (2009), *Upravlenie i jekonomika zdavoohranenija* [Management and Economics of Healthcare], GJeOTAR-Media, 664 p.

Kharchenko, T.B (2003), “Ensuring the competitiveness of enterprises as a means of market reform of the economy”, *APЕ*, No.2, pp.70-73.

Aumann R. J. Game Theory. *The New Palgrave: A Dictionary of Economics* / Ed. by J. Eatwell, Murray Milgate, P. Newman, London: Macmillan; New York: Stockton Press; Tokyo: Maruzen, 1987.

Porter M.Je.(2006),“How competitive forces form a strategy”,*Competition*, M.;SPb., Russia.

ЕРШОВ СЕРГЕЙ ВАСИЛЬЕВИЧ, аспирант кафедры бизнес-администрирования и менеджмента внешнеэкономической деятельности Запорожского национального университета

КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ УКРАИНЫ

В статье освещены возможности и ограничения использования конкурентных механизмов в секторе здравоохранения. Актуальность этого вопроса вызвана противоречием между традиционными представлениями о неэффективности конкуренции в сфере здравоохранения и низкой результативности государственной системы здравоохранения, которая ставит на повестку дня внедрения в эту сферу инструментов конкуренции. Проанализировано влияние других рынков на рынок медицинских услуг. Разработаны направления совершенствования развития конкуренции на рынке медицинских услуг.

Ключевые слова: медицина, рынок медицинских услуг, конкуренция, конкурентное равновесие

SERHII YERSHOV, Graduate student of the Department of Business Administration and Management of Foreign Economic Affairs, Zaporizhzhia, Ukraine

COMPETITION IN THE MARKET OF MEDICAL SERVICES OF UKRAINE

Purpose. The paper purpose is to study the features of competition in the Ukrainian medical services market.

Findings. The paper highlights the possibilities and limitations of using competitive mechanisms in the health-care sector. The urgency of the issue is caused by the contradiction between the traditional concepts on the ineffectiveness of competition in the health sector and the low performance of the public health system, which raises competition tools' introduction into this area.

Research limitations/implications. Free competition in the healthcare market is achieved under two main conditions: when any medical organization provides a widespread medical service and when there is a large number of healthcare providers in a certain area. Producer competition leads to a reduction in the cost of medical services. As a conclusion, the ways to improve the development of competition in the market of medical services have been developed:

1. Organization of the possibility of free access to the market of medical services.
2. Implementation and development of public-private partnership in the health care system.
3. Organization of transparent competition between providers of health services of all forms of ownership.
4. Involvement of private providers of medical services in the implementation of the state order.
5. Development of marketing plan by private medical organizations.

Originality/value. The impact of other markets on the market of medical services is analyzed. The directions for improving the development of competition in the medical services market have been developed.

Keywords: medicine, medical services market, competition, competitive equilibrium