

# Рынки медицинских услуг

Тема 7



# Экономика услуг

Экономика услуг – это экономика, где вместо автоматизации, кодированной и стандартизированной информации, возникают новые процессы производства, тесно связанные с характером взаимоотношений между контрагентами, основанные на обмене и адаптации информации (Gadrey J. The double dynamics of services // Service Industrial Journal. 1987)

# Экономика услуг

«Оказание услуг – это машина, разработанная для того, чтобы выяснить, чего хотят покупатели, и поступательно производить сингулярные, несводимые ни к каким другим, желания, и в то же самое время производить их удовлетворение»  
(Каллон М., Меадель С., Рабехарисоа В.  
Экономика качеств // Журнал социологи и социальной антропологии. 2008 )

# Свойства услуг

- Неосвязаемость;
- Неразрывность производства и потребления услуги, сиюминутность;
- Несохраниаемость;
- Своеобразиие имущественных отношений, так как потребитель не становится собственником какого-либо материального блага;
- Процесс производства услуги не предполагает отдельного от процесса обслуживания содержимого.

# Специфика рынка услуг

- Рынки услуг характеризуются эффектом затрудненности сравнений, когда сопоставление услуг разных фирм в силу их невещественного характера составляет сложность для покупателя.
- На рынке услуг возникает и эффект оценки доброкачественности услуг через цену. Цена оказывается коррелятом ценности. Чувствительность покупателей к ценам на рынке услуг снижается.
- На сервисных рынках возникает новый тип взаимоотношений между процессами производства и потребления. Процесс производства услуги предполагает взаимодействие и совместное участие поставщика услуги и ее потребителя.
- Особая природа услуг сказывается и на процессе ценообразования на них. В зависимости от степени вещественности услуг продавец располагает большей или меньшей свободой калькуляции и ценообразования.

# Специфика медицинских услуг

- Часть услуг обладает свойствами общественных благ.
- Информационная асимметрия в отношениях между поставщиком и потребителем услуг.
  - потребитель медицинских услуг не обладает теми знаниями, которые позволяли бы ему осуществлять рациональный выбор медицинской организации и врача, способного предоставить медицинскую помощь высокого качества;
  - потребитель медицинских услуг обладает ограниченной рациональностью в отношении выбора объема услуг и стоимости лечения;
  - в отличие от обычных рынков, в здравоохранении решающая роль в определении объемов потребления принадлежит производителям, а не потребителям.
- Неопределенность возникновения спроса на медицинскую помощь;
- Медицинские услуги как социально значимые экономические блага.

# Специфика отношений врач-пациент

Роль пациента:

- нуждается в медицинской помощи (не может сам справиться с болезнью),
- не обладает компетентностью в области медицины,
- эмоционально включен в процесс лечения в связи с беспокойством за здоровье.

# Специфика отношений врач-пациент

Роль врача:

- принадлежность к профессиональной группе влияет на поведение врача;
- характерными для медицинской профессии являются отделение биологических процессов от человека и концентрация внимания именно на них;