

УДК 339.138

Лахмил Сааддине

ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», e-mail: lahml57@gmail.com

В. М. Каточков

ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», e-mail: mohtan@ya.ru

Ю. В. Асташова

ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», e-mail: Julia_asta@mail.ru

АНАЛИЗ ПРЕДПОСЫЛОК ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ МАРКЕТИНГА В ЗДРАВООХРАНЕНИИ АЛЖИРА

Ключевые слова: здравоохранение, маркетинг, система здравоохранения, маркетинг здравоохранения.

В статье проанализированы теоретические подходы, определяющие сущность и содержание маркетинга в сфере здравоохранения и обозначена особая социальная роль маркетинговой деятельности на рынке медицинских услуг. Авторами проведен анализ текущего состояния системы здравоохранения Алжира. На основе статистических и аналитических материалов и экспертных оценок, сделан вывод о высоком уровне развития здравоохранения Алжира по сравнению с другими странами региона, определены ее специфические особенности. Тем не менее, в ходе исследования были также обозначены ключевые проблемы здравоохранения страны и проанализированы меры, предпринимаемые правительством для их решения. Анализ показал, что в ходе реформирования системы здравоохранения в стране сформировались предпосылки к использованию рыночных подходов, что обусловило необходимость применения маркетинговых технологий в управлении учреждениями здравоохранения Алжира. К числу таких предпосылок авторами отнесено рост благосостояния населения и формирование платежеспособного спроса на медицинские услуги более высокого качества, изменение структуры спроса в направлении роста потребности в профилактике заболеваний, повышение требовательности потребителей к качеству и безопасности медицинских услуг, заинтересованность государства и медицинских учреждений в повышении эффективности расходования средств. Авторами обозначены преимущества практического применения маркетинга в системе здравоохранения Алжира и определены первоочередные меры, необходимые для преодоления сложившихся отраслевых проблем.

Введение

Поскольку здоровье нации является важной составляющей общего социально-экономического потенциала страны, то здравоохранение рассматривается как одно из приоритетных направлений социальной политики современных государств.

Экономические и политические реформы привели к изменению подхода к здравоохранению как к наиболее важному социальному институту. Активное распространение рыночных отношений в секторе здравоохранения, его ориентация на интересы пациента, повышение самостоятельности медицинских учреждений, а также развитие негосударственного сектора все это следует рассматривать в качестве факторов формирования новых систем управления здравоохранением. При этом, практика показывает, что управление здравоохранением при переходе к рыночной экономике намного

сложнее, чем при командно-административной системе. Это связано как с расширением прав и обязанностей медицинских учреждений, местных органов здравоохранения, так и с необходимостью более гибкой адаптации к изменениям в обществе.

Таким образом, в современных условиях здравоохранение представляет собой сложную динамичную социальную систему и считается особой сферой экономики, в которой такие экономические процессы, как финансирование, управление, планирование, ценообразование и маркетинг, имеют особый социально ориентированный характер.

Система здравоохранения в результате действия социально-экономических законов и законов функционирования и развития приобретает характер живого социального организма, который очень чувствителен ко всем происходящим

в нем процессам. Регулирование жизнедеятельности такого общественного организма – дело не такое простое, как может показаться на первый взгляд.

Цель исследования. Целью настоящего исследования является выявление и анализ предпосылок использования технологий маркетинга в здравоохранении Алжира, обусловленных развитием системы здравоохранения под воздействием рыночных факторов.

Материал и методы исследования

В качестве информационной базы в исследовании использованы данные официальной статистики международных и региональных организаций в сфере здравоохранения, вторичная маркетинговая информация рынка медицинских услуг Алжира. В ходе исследования авторами были использованы аналитические методы, неформализованные методы маркетинговых исследований, а также методы социально-экономической статистики.

Результаты исследования и их обсуждение

По мнению современных авторов, маркетинг в сфере здравоохранения представляет собой систему принципов, методов и мер, основанную на комплексном изучении потребительского спроса и целенаправленном формировании поставок медицинских услуг [1–3].

В современной маркетинговой литературе распространен подход, предложенный Ю.Т. Шарабичевым [4], согласно которому выделяется пять областей маркетинга здравоохранения, а именно:

- 1) маркетинг медицинских услуг,
- 2) маркетинг лекарственных препаратов,
- 3) маркетинг медицинского обслуживания;
- 4) маркетинг медицинских технологий,
- 5) маркетинг научных идей.

Американская медицинская ассоциация определила маркетинг здравоохранения как интегрированный процесс планирования для экономического обоснования управления производством медицинских услуг, ценовой политики, продвижения услуг для потребителей, а также их реализации [2].

Таким образом, можно констатировать, что маркетинг в здравоохранении

имеет свою специфику, обусловленную спецификой рынка услуг как такового, разнообразием сфер медицинской деятельности, а также социальным значением здравоохранения.

За последние пять десятилетий в Алжире наблюдается существенный прогресс в оказании медицинских услуг населению и лечении инфекционных заболеваний. Хотя основные показатели состояния здоровья населения улучшились, и наметилась тенденция к повышению уровня жизни, в стране наблюдается рост хронических заболеваний, что характерно и для других государств и в настоящее время является основным направлением системы здравоохранения в стране.

В отличие от многих стран региона, сталкивающихся с проблемами финансирования здравоохранения, Алжир, благодаря нефтяным доходам, смог привлечь большие средства для расширения сети клиник и больниц, а также развития программ профилактической помощи. В настоящее время по оценкам экспертов, Алжир является одной из передовых стран региона с наиболее развитой системой медицинской помощи [5]. В Алжире активно реализуются проекты, нацеленные на повышения качества медицинских услуг и уровня сервиса в соответствии с европейскими стандартами медицинской помощи [6].

Особенностью системы здравоохранения Алжира является высокая доля государственного финансирования, которая составила в 2017 году 75,3%, что значительно превышает показатели соседних государств (Тунис – 44,3%, Марокко – 36,6%). Фактическое отсутствие негосударственных источников финансирования обусловило низкий уровень расходов на душу населения, который не превышает 175 дол. США.

Фонды страхования от болезней в Алжире (Национальный фонд социального страхования для работников трудящихся и Национальный фонд социального страхования для работников, не имеющих заработной платы) испытывают финансовые трудности из-за продолжающегося роста расходов на здравоохранение и в связи с высоким уровнем безработицы, который достиг 13,8% в 2016 году. Снижению взносов в страховые фонды способствует также рост

теневого занятия в частном секторе. Все это отрицательно сказывается на финансировании системы здравоохранения.

Значительная часть расходов на здравоохранение в Алжире направлена на компенсацию за лекарственные средства, что в 2016 году составило 45,7% от общих расходов на здравоохранение, против 33% в 2010 году.

Что касается компенсации за лекарства, то в 2016 году она составила 45,7% от общих расходов на здравоохранение для социального обеспечения, после того как в 2010 году она оценивалась в 33% [7].

В период с 2010 по 2016 год зафиксировано утроение подушевых расходов системы страхования: средние выплаты возросли с 1036 до 3243 алжирских динаров. В этой связи в Алжире были приняты ограничительные меры по законопроекту о лекарственных препаратах в направлении корректировке перечня медикаментов, за которые предоставляется компенсация.

Таким образом, несмотря на передовые позиции в регионе, алжирская система здравоохранения не отвечает адекватно растущим потребностям населения. В целях приближения к европейскому уровню алжирская система нуждается в реформировании в таких направлениях как совершенствование системы менеджмента, повышение эффективности финансирования, учитывающей социальные запросы общества и обеспечивающей справедливый и равный доступ населения к услугам медицинской помощи. Согласно национальному плану здравоохранения, в Алжире принята политика, обеспечивающая снижение финансовых рисков для малообеспеченных групп населения при получении медицинских услуг.

Тем не менее, с ростом благосостояния населения на рынке медицинских услуг Алжира формируется платежеспособный спрос на более высокий уровень обслуживания, который может быть удовлетворен в коммерческом секторе рынка. В более качественных платных медицинских услугах заинтересовано как местное население, так и иностранные граждане, работающие или путешествующие по Алжиру. Можно констатировать, что в настоящее время алжирская система здравоохранения нуждается в функциональной интеграции

государственного и частного сектора, которая должна учитывать положения национальной политики по обеспечению справедливого распределения ресурсов и оборудования.

Также в качестве предпосылок применения маркетинговых технологий можно рассматривать изменения в поведении потребителей на рынке. Так в последние годы изменилась структура спроса на рынке медицинских услуг: со стороны населения растет потребность в профилактических процедурах, востребованы информационные ресурсы. Высокая информированность потребителей обуславливает к росту требований к качеству и безопасности медицинских услуг. Это усиливает конкуренцию на рынке медицинских услуг. Переход от рынка продавца к рынку покупателя вынуждает учреждения здравоохранения выстраивать коммуникации с потребителями, продвигать свои услуги, проводить маркетинговые исследования.

Таким образом, анализ состояния и перспектив развития системы здравоохранения Алжира нами сделан вывод, что в настоящий момент в данной сфере сформировались предпосылки к использованию рыночных форм управления, согласованных с социальной политикой государства. Задачам совершенствования системы здравоохранения в полной мере соответствуют современные технологии маркетинга, применение которых обосновано с точки зрения науки и практики.

К сожалению, в настоящее время ситуация по внедрению маркетинга в практику медицинской деятельности страны далека от совершенства. В частности, на данный момент отсутствует анализ рыночной среды оказания медицинских услуг в Алжире, не изучены характеристики различных потоков пациентов, не проводятся исследования по изучению качества медицинских услуг.

Между тем, только адекватное использование маркетинга как необходимого средства стратегического и тактического управления в современных рыночных условиях позволит привлечь дополнительные средства в систему общественного здравоохранения, адаптировать услуги к потребностям пациентов, обеспечить эффективное использование имеющихся ресурсов к конечному результату и тем

самым получить больше возможностей для выполнения обязательств руководства страны по предоставлению доступной и эффективной медицинской помощи.

В таких условиях алжирскому правительству придется приложить немало усилий, по реализации следующих первоочередных мер:

- создать, прежде всего, благоприятный инвестиционный климат в отрасли, привлечь капитал от отечественных и иностранных инвесторов,

- создать эффективные независимые инструменты страхования,

- упростить процедуры сертификации врачей и лицензирования медицинских учреждений

- сформировать систему эффективных коммуникаций между всеми заинтересованными сторонами процесса совершенствования системы здравоохранения.

Выводы

Таким образом, в заключение целесообразно отметить, что реформы здравоохранения, проведенные в Алжире

в последние десятилетия, направлены на внедрение новых форм управления, что обуславливает необходимые предпосылки для практического внедрения маркетинга, как современной формы организации и управления здравоохранением. Важно отметить, что маркетинг в сфере здравоохранения – это особая сфера бизнеса, в которой интересы компании, получающей прибыль, не должны противоречить интересам общества и каждого человека. На текущем этапе развития здравоохранения в Алжире маркетинговые инструменты обеспечивают медицинские учреждения как государственного, так и частного сектора необходимой информацией о потребителях, способствуют формированию и развитию конкурентных преимуществ и создают основу для клиентоориентированности, а следовательно для повышения качества обслуживания. Понимание потребностей пациентов и других заинтересованных сторон обеспечивает эффективность расходования средств и более рациональное распределение ресурсов.

Библиографический список

1. Абасова Х.У. Социальный маркетинг в здравоохранении // Вопросы структуризации экономики. – 2011. – № 1–2011 [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnyy-marketing-v-zdravoohranenii> (дата обращения: 25.12.2018).
2. Тищенко Е.М., Сурмач М.Ю. Маркетинг как неотъемлемая функция управления в здравоохранении // Журнал ГрГМУ. – 2007. – № 3 (19) [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-kak-neotemlemaya-funktsiya-upravleniya-v-zdravoohranenii> (дата обращения: 25.12.2018).
3. Галкин В.В. Медицинский бизнес: учебное пособие. – М. КНОРУС, 2007. – 272 с.
4. Шарабчиев Ю.Т. Маркетинговая стратегия в управлении здравоохранением. – СПб., 2007.
5. Algeria leads push to end the AIDS epidemic in the Middle East and North Africa [Электронный ресурс]. – URL: http://www.unaids.org/ru/resources/presscentre/featurestories/2016/january/20160115_Algeria (дата обращения: 22.12.2018).
6. Lancement du Réseau Africain des Centres Anti Poison à Alger [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.afro.who.int/fr/countries/algeria> (дата обращения: 22.12.2018).
7. Rapport mondial sur le développement humain 2012–2013,op.cit [Электронный ресурс]. – <http://www.undp.org/content/undp/fr/home/librarypage/hdr.html> (дата обращения: 22.12.2018).