

УДК 614.253

## КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ КАК ИНСТРУМЕНТ КОММЕРЧЕСКОГО УСПЕХА МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Закамская Л.Л., к.т.н., доцент

Куксова П.А., Янковская А.Э., студенты гр. ССб – 201, IV курс

Кузбасский государственный технический

университет имени Т. Ф. Горбачева

г. Кемерово

На сегодняшний день, в условиях, когда конкуренция на рынке медицинских услуг имеет положительную динамику, пациенты, получая квалифицированную медицинскую помощь, хотят удовлетворить и другие свои потребности: в уважении, заботе, внимании, безопасности, комфорте и высоком качестве сервиса.

Медицинские услуги напрямую связаны с главной потребностью жизнеобеспечения человека, их качество влияет на сохранение здоровья и жизни пациента, поэтому их относят к особому виду услуг. Развитие рынка сферы медицинских услуг следует новым направлениям и тенденциям качества обслуживания и оказания услуг в формате полного удовлетворения потребностей пациентов. Большая часть пациентов подразумевает под качественным медицинским обслуживанием не только результативность медицинской помощи, но и высокую культуру обслуживания. Высокий уровень сервиса выступает гарантом получения комфорта, безопасности и чувства защищенности для пациента [4].

Рынок медицинских услуг характеризуется как совокупность всех медицинских технологий, методов организации медицинской деятельности, которые, в свою очередь, невозможны без высокой культуры сервиса. Так как высокая организация обслуживания в данной области формирует положительный образ в глазах пациента, обеспечивая повторное посещение клиники [1].

Клиентоориентированность медицинских учреждений включает в себя совокупность действий компаний, направленных на изучение желаний пациента и удовлетворение его потребностей в качественном сервисе. Ключевым показателем качественного сервиса выступает культура обслуживания пациентов на всех этапах взаимодействия с клиникой.

В качестве объекта для исследования составляющие культуры обслуживания был выбран медицинский центр «Мегаполис», входящий в ТОП-5 медицинских центров г. Кемерово.

Компоненты сервисной составляющей медицинских услуг подразделяются [3]:

1. Психологический. Психология обслуживания представляет собой имеющуюся совокупность личностных качеств, способов поведения, умения веде-

ния диалога с пациентом, а также того пакета теоретических и прикладных знаний, достаточных для установления положительно ориентированных отношений между сотрудниками клиники и пациентом. На это оказывает влияние налаженность внутренних процессов, к которым можно отнести: встреча пациента, знание правил проведения консультаций и оказания медицинских услуг, включая осведомление о возможных рисках и последствиях. Рассматривая внутреннюю организацию процесса оказания услуг, важно соблюдать все этические нормы поведения сотрудникам, начиная от сотрудников call-центра/рессепшн, заканчивая медицинским персоналом.

Психологическая составляющая в понимании комфорта подразумевает создание чувства защищенности и надежности, формирование дружелюбной атмосферы, проявление эмпатии, сочувствия, любезности, заботы и поддержки со стороны всего персонала к пациенту.

В медицинском центре «Мегаполис» основным методом эффективной коммуникации выступает бесконфликтное построение диалога, которое достигается путем обучения коммуникативной компетентности медперсонала. В ходе общения сотрудникам важно создать позитивный образ для появления у пациента полного доверия, что в свою очередь позволит получить наиболее полную и достоверную информацию от пациента, обратившегося в медицинский центр. Наличие данной информации обеспечит максимально эффективное лечение, с меньшим количеством вытекающих побочных эффектов и осложнений.

Также в психологическом аспекте значимыми факторами выступают: отзывчивость сотрудников контактной зоны, комфорт, эмпатия по отношению к потребителю медицинских услуг [1].

2. Физический. Данный вид сервиса подразумевает собой создание комфорtnого микроклимата, эргономики в помещении во время ожидания и получения медицинской помощи. Инструменты создания данного вида комфорта: влажность и температура воздуха, комнатное освещение, приятное арома и аудио сопровождение, удобная мебель в зоне ожидания и в кабинетах врачей.

Для создания комфортной атмосферы МЦ «Мегаполис» использует: кондиционеры, свежие цветы на стойке ресепшн, столики с тематическими брошюрами по актуальным темам, кулер с водой, удобные диваны и кресла в зоне ожидания. Благодаря этим приёмам, пациенты могут почувствовать себя в психологическом комфорте, что в свою очередь, благоприятно сказывается на впечатлении о медицинской организации в целом.

3. Этический. Для создания ощущения комфорта, надежности и защищенности необходимо четкое соблюдение медицинским персоналом заранее оговоренных сроков и правил проведения консультаций и медицинских манипуляций, информирование об их особенностях, возможных последствиях и побочных эффектах.

В МЦ «Мегаполис» существуют требования профессиональной этики персонала, которые регулируется специальным документом. К таким требованиям можно отнести:

- ответственное и профессиональное отношение к лечению пациентов;
- забота о пациентах, включая оперативное и профессиональное проведение процедур с наименьшим травматизмом, а также качественное «ведение» пациента от первого обращения до окончания лечения;
- защита персональных данных пациентов;
- защита коммерческой информации, включая конфиденциальную информацию о пациентах;
- защита репутации клиники при публичных выступлениях и использовании социальных сетей;
- предотвращение конфликтов.

Однако есть и специфические требования, выполнение которых должны соблюдаться с целью создания нормального, морального состояния пациента – уважение и доброжелательность. Для этого в клинике делается все возможное, чтобы пациент с уверенностью и удовольствием посещал медицинскую организацию. Для реализации данной цели проводится специальная политика обучения кадров, с помощью которой сотрудники осознают, что относиться к пациентам пренебрежительно не просто невыгодно, а недопустимо.

4. Эстетический. Стильный дизайн и цветовые решения в холлах ожидания и кабинетах позволяют пациентам лучше справляться со стрессом во время посещения клиники. Традиционный «госпитальный дизайн» (безликие интерьеры, белые стены, пугающая и громоздкая медицинская техника) порой вызывает внутреннее отторжение и страх (особенно у маленьких пациентов).

Эстетическая сторона обслуживания заключается в создании фирменного стиля медицинского центра (дизайн интерьера, ресепшн, внешнее оформление вывески клиники, внешний вид сотрудников и т.д.). Организация, которая имеет собственный фирменный медицинский стиль, с выгодной стороны отличается от конкурентов. Фирменный стиль выступает, как реклама – привлекательная и ненавязчивая. От первого впечатления, безусловно, зависят дальнейшие отношения с клиникой.

В МЦ «Мегаполис» все помещения по стилю и освещению соответствуют общей специализации и направленности предприятия, кабинеты врачей выполнены в спокойных тонах в соответствии с современными тенденциями и оборудованы всем необходимым для пациентов. У организации создан свой фирменный стиль. Он включает в себя фирменную цветовую гамму, слоган «Мегаполис – город здоровья для всей семьи», логотип и форму.

Отдельное внимание в МЦ «Мегаполис» уделяется детской зоне, в которой размещены бизиборды (развивающие доски для мелкой моторики), набор детской кухонной мебели, раскраски и телевизор, также для удобства матерей, в медицинском центре присутствует комната матери и ребёнка.

5. Организационно-технологический. Под организационно-технологической культурой сервиса понимается степень упорядоченности процесса обслуживания пациентов, в рамках которой между отделами распределяются управленические задачи, определяются полномочия. Организационная культура медицинского центра — это наивысший современный уровень обслуживания пациентов. Организационная культура представляет собой общие способы мышления, совокупность норм поведения, установок и ценностей, которые предопределяют стиль работы и поведение людей в данной организации.

МЦ «Мегаполис», оказывающий услуги на коммерческой основе, использует следующие методы организации процесса обслуживания:

– систему лояльности, удобство расчета пациентов и другие методы, способные мотивировать пациента на повторное посещение клиники в дальнейшем, что в свою очередь является главной целью высокого качества сервиса и культуры обслуживания. В МЦ «Мегаполис» существуют скидочная система, благодаря которой пациент может копить бонусы в приложении UDS и списать их при следующем посещении до 30%. Также существует скидка для пенсионеров и инвалидов, в размере 5% и 10% соответственно. Несмотря на наличие скидочных программ, хотелось бы отметить доступность цен на предоставляемые услуги без учета скидок. Цены на оказываемые услуги являются средними по городу Кемерово и являются доступными для большинства населения региона;

– информационная осведомлённость пациентов. В МЦ «Мегаполис» имеется собственный веб-сайт и активно ведутся социальные сети, через которые потенциальные потребители могут ознакомиться с услугами и заочно познакомиться с медицинским персоналом клиники. К информационной составляющей также можно отнести навигацию посетителей внутри клиники. Для навигации посетителей МЦ «Мегаполис» использует следующий элемент навигации - нумерация внутренних помещений (кабинетов), кроме того, сотрудники провожают пациентов до необходимого кабинета. Однако в клинике кабинеты не закреплены за конкретным врачом, поэтому МЦ «Мегаполис» использует сменные таблички, крепящиеся на дверь кабинета, с ФИО врача. С более полной информацией о врачах пациенты могут ознакомиться на веб-сайте или в социальных сетях.

Соблюдение рассмотренных принципов культуры сервиса позволяет обеспечить высокое качество медицинских услуг и создать комфортные условия для пациентов. Совершенствование качества культуры обслуживания способствует увеличению удовлетворенности пациентов, что является основной практической задачей руководящего персонала. Именно поэтому в медицинских организациях клиентоориентированности уделяют особое внимание.

Для совершенствования ключевых компонентов клиентоориентированного подхода МЦ «Мегаполис» предлагается:

1. Стандартизация процесса работы с пациентами. В МЦ администрации на ресепшн, операторы call-центра являются важнейшей точкой контакта

и в процессе работы им приходится сталкиваться с тревогой, агрессией, страхами пациентов. С врачом пациенты ведут себя иначе. Если нет стандарта сервисного, клиентоориентированного поведения, то администратор, имеющий своё субъективное понимание ситуации, будет полагаться на свое воспитание, культуру. Это не всегда будет помогать имиджу клиники.

Неукоснительное соблюдение положений стандартов, регламентов, инструкций и других обязательных документов является необходимым условием функционирования медицинского центра и основой постоянного улучшения процессов. Применение стандартов ориентировано на потребности пациента, создает позитивный имидж медицинского работника и организации оказания медицинской помощи, основанной на повышении удовлетворенности пациентов доступностью и качеством медицинской помощи.

2. Налаживание обратной связи с клиентами. Чтобы усовершенствовать старое и создать что-то новое, необходимо знать, что именно не понравилось пациентам. Важно, чтобы пациент не просто отправлял свое мнение, но и получал ответ от сотрудников медицинского центра.

Способами получения обратной связи могут выступать:

1) Анкетирование. Кликая на значок-виджет на сайте, пациент может ответить на несколько вопросов о качестве предоставляемых услуг.

2) Опрос. После предоставления услуги в полном объеме, делать рассылку с помощью WhatsApp-бота с одной просьбой: оценить по 10-балльной шкале, на сколько пациент доволен и будет ли нас рекомендовать.

3. Грамотная презентация медицинских услуг и консультирование пациентов.

Пациента всегда волнует вопрос к какому врачу он попадет, хватит ли у него опыта справиться с моей проблемой? Если пациенту что-то непонятно, то он откажется от лечения, найдет какие-то другие варианты, покинет клинику и т.д. То есть грамотное, понятное и доступное пациенту консультирование очень важно. Грамотному консультированию важно учить и сотрудников контактного центра, и администраторов на ресепшн в рамках их должности и полномочий, а врачи должны говорить грамотно и понятно, учитывать индивидуальные особенности пациента.

Презентация медицинских услуг должна включать в себя два основных направления – представление преимуществ самих услуг и преимуществ обращения в конкретную клинику.

Блок, описывающий медицинские услуги, должен включать:

- описание услуги и её актуальности для клиентов;
- преимущества и уникальность предложения сравнительно с предложениями на рынке медицинских услуг.

Блок, описывающий преимущества конкретной клиники, оказывающей данную услугу, включает:

- информация о клинике и её компетенции;
- уровень медицинского персонала;
- выгоды для клиентов в результате обращения в клинику.

Даже сложные виды услуг должны описываться на понятном языке. Наглядная информация лучше воспринимается и, в отличие от больших объемов текстовой информации, создает располагающую и доверительную атмосферу взаимодействия с аудиторией.

Результативность предложенных путей совершенствования клиентоориентированности проявляется в возможности достижения благоприятных изменений, а также избежания отрицательных изменений качества обслуживания в организации.

Медицинские организации в современных конкурентных условиях работают над повышением уровня клиентоориентированности, уделяя внимание не только качеству медицинской услуги, но и созданию достойных условий ее предоставления. От этого показателя напрямую зависит количество новых и постоянных пациентов, а также их лояльность и доверие к клинике.

Чтобы действительно ориентироваться на потребителя, необходимы постоянные изменения, направленные на усовершенствование процессов обслуживания с целью повышения удовлетворенности пациентов, что позволит увеличить конкурентоспособность.

#### **Список литературы:**

1. Закамская Л.Л., Куксова П.А., Янковская А.Э. Работа с возражениями, как способ повышения лояльности гостей в ресторане / В сборнике: РОССИЯ МОЛОДАЯ. СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ XIV ВСЕРОССИЙСКОЙ, НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ. Кемерово, 2023. С. 84110.1-84110.5.

2. Медицинский центр «Мегаполис» : сайт. — URL: <https://mc-megapolis.ru/> (дата обращения: 20.03.2024).

3. Сервис медицинской клиники – всё дело в заботе о пациентах и счастье врачей! // WWW.KRASIVO.BIZ («КРАСИВЫЙ БИЗНЕС») : сайт. — URL: <https://www.krasivo.biz/servis-meditsinskoj-kliniki-vsyo-delov-zabote-opsientah-i-schaste-vrachej/?captcha-ok> (дата обращения: 14.03.2024).

4. Сервис при оказании платных медицинских услуг // Zdrav.ru : сайт. — URL: <https://www.zdrav.ru/articles/4293656693-qqess8-meditsinskiy-servis-komfort-dliya-pacienta> (дата обращения: 10.03.2024).