

Экономическое направление

УДК 332.1
ГРНТИ 06.61

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОПРЕДЕЛЕНИЯ УРОВНЯ КАЧЕСТВА ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Гавриленко Владимир Николаевич

к. ф.-м. н., профессор кафедры экономики и управления
Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины
Республика Беларусь, г. Гомель

Аннотация: В статье проведен анализ методических подходов установления цены и оценки уровня качества лечебно-оздоровительной услуги. Автором предложен простой метод определения реального уровня качества лечебно-оздоровительной услуги, проводимый менеджерами лечебно-оздоровительной организации. Данный метод основан на установлении степени удовлетворения клиентов организации, ожидаемого ими до оздоровления и воспринимаемого качества лечебно-оздоровительной услуги.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, лечебно-оздоровительная услуга, качество услуги, уровень качества.

METHODICAL FEATURES OF LEVEL DETERMINATION QUALITY OF HEALTH AND WELLNESS SERVICE

Gavrilenko Vladimir Nikolaevich

PhD, Professor Department Economics and Management
Francisk Skorina Gomel State Univesity
Belarus, the city of Comel

Abstract: The article analyzed the methodological approaches to setting prices and assessing the level of quality of health-improving services. The author proposes a simple method for determining the real level of quality of health-improving services carried out by the managers of the health-improving organization. This method is based on the determination of the degree of satisfaction of the organization's clients, expected by them before recovery and the perceived quality of the health-improving service.

Keywords: health tourism, health service, quality of service, quality level.

Лечебно-оздоровительный туризм, как часть туристской деятельности, предполагает в качестве главного мотива туристической поездки, получение туристами за собственные или корпоративные средства комплекса лечебно-диагностических, реабилитационных, профилактических и рекреационных услуг, предоставляемых в местностях, отличных от места их постоянного проживания и располагающих необходимыми для этого природными, материальными и человеческими ресурсами с целью предотвращения заболеваний или реабилитации/лечения различной патологии [1].

Концепция устойчивого развития Республики Беларусь до 2030 года предусматривает заметный рост массового въездного, в первую очередь жителей европейского региона Российской Федерации, Москвы, Санкт-Петербурга, внутреннего лечебно-оздоровительного туризма [2].

За последние годы, популярным направлением оздоровительного туризма, велнес-туризма в нашей стране становится агро-экотуризм, как вид деятельности, организуемый

в сельской местности, при котором формируются и предоставляются для приезжих гостей комплексные услуги по проживанию и отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, занятиям активными видами туризма, организации рыбалки, охоты, приобретению новых знаний и умений [3].

Некоторые статистические данные по годовой динамике туристических услуг в Республике Беларусь и Гомельской области представлены на Рис. 1-3.



Рис 1 – Динамика численности туристов и экскурсантов в Республике Беларусь.



Рис.2 – Численность обслуженных туристов субъектами агротуризма по областям Республики Беларусь



Рис.3 – Основные показатели субъектов агро-экотуризма.

Развитию потенциала сферы лечебно-оздоровительных, лечебно- рекреационных, оздоровительных, услуг, популярных у потенциальных клиентов услуг велнесс-туризма, оказываемых санаторно-курортными, оздоровительными организациями Гомельской области, способствуют логистические, рекреационно- климатические преимущества региона, наличие климатических, минеральных и грязевых лечебных природных ресурсов. Наиболее важными профилями оказания лечебно-оздоровительных услуг здравницами Гомельской области являются заболевания: неврологической, эндокринной, сердечно-сосудистой систем, опорно-двигательного аппарата, органов дыхания и пищеварения, системы, нарушение обмена веществ, урология, лечение последствий Covid инфекций.

Санаторно-курортные и оздоровительные организации Гомельской области в 2023 году приняли на отдых и лечение 111,5 тысячи человека, средняя заполняемость здравниц региона за 2023 год сложилась на уровне 89,2% (в 2022 году - 83,6%), объем выручки от реализации санаторно-оздоровительных услуг составил 113,4 млн. BYN. Иностранцам продано почти 30 тысяч лечебно-оздоровительных туров на оказание лечебно-оздоровительных услуг (23,3 % от всего объема оказанных лечебно-оздоровительных услуг), выручка от экспорта услуг за счет въездного потока клиентов достигла почти 29 млн. BYN (25,6 % от объема выручки).

В топ -10 здравниц Республики Беларусь входят и некоторые санатории Гомельской области:

- по критерию «использование в здравницах автоматизированного назначения процедур» - Приднепровский, Солнечный берег;
- по критерию «лучшие санатории Беларуси с минеральной водой» –Золотые пески, Приднепровский, Ченки;
- по критерию «лучшие санатории с бассейном» –Солнечный берег;
- по критерию «лучшие санатории со Спа процедурами»- Солнечный берег;
- по критерию «лучшие санатории для отдыха с детьми» –Серебряные ключи;
- по критерию «лучшие санатории по соотношению цена/качество» – Приднепровский.

Лечебно-оздоровительный туризм представляет клиентам услуги с высокой добавленной стоимостью. Следовательно, увеличивая выручку за счет привлечения отечественных и зарубежных туристов, можно добиться увеличения доли данного бизнеса в валовом внутреннем продукте региона, страны. Однако, современное участие Республики

Беларусь в экспорте санаторно-курортных услуг характеризуется крайне невысокой степенью активности, слабым использованием конкурентных преимуществ (природные ресурсы, территория, вместимость гостиниц, экономическая доступность медицины). Прагматичный подход к стратегии развития лечебно-оздоровительной организации предполагает, что необходимо осознанно выстраивать свои отношения со всеми заинтересованными сторонами, чтобы стать более успешными и увеличивать поток клиентов. По этой причине, качество, предлагаемой организацией услуги, становится решающим конкурентным преимуществом для привлечения потенциальных клиентов еще на стадии выбора места оздоровления последними.

Качество лечебно-оздоровительной услуги - совокупность свойств лечебной процедуры, обуславливающих пригодность лечебно-оздоровительной услуги удовлетворять определенные потребности клиента, в соответствии с ее назначением. Уровень качества лечебно-оздоровительной услуги-совокупность свойств, характеризующих лечебно-оздоровительные технологии и результаты их выполнения и подтверждающих соответствие лечебно-оздоровительных процедур современным стандартам, а также потребностям лечебно-оздоровительного туризма.

Единая система показателей, позволяющих оценить качество санаторно-курортной услуги пока не сформирована, поскольку это связано со спецификой представляемой услуги. Лечебно-оздоровительная услуга, с одной стороны, выступает как результат деятельности организации или индивидуального предпринимателя по удовлетворению потребностей клиента при оздоровлении и совмещает понятия «товары» и «услуги». С другой стороны, лечебно-оздоровительную услугу следует трактовать, как благо (вид деятельности), которое одна сторона (субъект) может предложить другой (объект, клиент) и которое по своей сути не является осязаемым, и не переходит в собственность клиента [4].

На стадии формирования цены, продаваемого клиенту (медицинскому туристу), продукта под названием «Лечебно-оздоровительная услуга», необходимо обращать внимание на две ценовые составляющие стоимости услуги.

Ценовая составляющая продукта «Рациональность услуги» определяется стандартными методами ценообразования, объективна и, в конечном итоге, может быть стандартизирована с точки зрения цены и качества услуги по результатам ее соответствия принятым техническим нормативно-правовым актам: техническому регламенту, (устанавливает обязательные для соблюдения требования по безопасности лечебно-оздоровительной организации); техническому кодексу (содержит технические требования к процессам оказания услуги); техническим условиям (содержат требования к конкретному виду лечебно-оздоровительной услуги) [5].

Для удовлетворения требований и ожиданий потребителя в сфере туризма определенный интерес для лечебно-оздоровительных организаций может представлять международный опыт по использованию стандартов ISO серии 9000, делают акцент на постоянный мониторинг организацией запросов и ожиданий потребителей и их полное удовлетворение. Маркетологи лечебно-оздоровительной организации могут регулировать стоимость продукта «Рациональность услуги», предлагая более высокую стоимость лечебно-оздоровительной услуги при присвоении оздоровительной организации статуса «санаторий высшей категории», «система все включено», стандарты номеров «стандарт твин/дабл», номер «Люкс» «номер повышенной комфортности» и т.п.

Ценовая составляющая услуги «Восприятие услуги» носит не материальный характер, его цена субъективна и определяется уровнем сервиса, дружелюбием персонала, имиджем и лояльности постоянных клиентов. Тем не менее, эта добавочная стоимость, тоже доступна монетизации. При этом можно использовать методы установления альтернативной стоимости услуги, когда ожидаемая, несколько завышенная, стоимость лечебно-оздоровительной процедуры определяется:

— условно-опросным методом, который основан на определении цены лечебной услуги путем опроса лояльных, достаточно-обеспеченных клиентов о том, сколько они желали и могли бы доплатить за конкретные улучшения условий оздоровительного отдыха;

— гедонистическим методом повышения стоимости этого нематериального продукта, которая вследствие озабоченности покупателя оздоровительной услуги комфортностью ее получения, экологичностью, предполагает согласие покупателя и его готовность платить за это большую сумму (обычно этот метод обеспечивает 10-15 % надбавку к цене предлагаемой лечебно-оздоровительной услуги).

Определить, даже качественно, уровень качества услуг оздоровительных организаций в регионе, используя современные маркетинговые методики и программы, ориентированные на клиента, довольно затруднительно. Менеджеры и маркетологи организаций, вследствие их немногочисленности, постоянной занятости другими текущими проблемами, невысокими профессиональными компетенциями, практически не имеют времени, да и не могут реализовать на практике подобные технологии оценки качества услуг, которые предполагают получение и обработку большого массива анкетной информации клиентов по ожидаемому и реальному качеству услуги [6].

Заказать консалтинговой компании сбор, создание баз данных, анализ, рекомендуемые организационно-экономические мероприятия по повышению уровня качества услуги в соответствии ожиданиями потребителей, требует существенных финансовых затрат. По этой причине при принятии маркетинговых решений менеджмент организации использует скудные, субъективные источники, получаемые из отзывов клиентов, уже прошедших курс оздоровления, оставляемых на специализированных сайтах или в различных интернет-источниках

Мы предлагаем для оценки уровня качества оздоровительной услуги упрощенный метод оценки, основанный на обработке маркетологами организации небольшого массива анкетных данных клиентов лечебно-оздоровительной организации, анализ которого сфокусирован на выявлении наиболее значимых проблемных зон, которые являются приоритетными при выборе управленческих решений менеджеров по повышению качества предоставления услуг.

Для определения уровня качества оздоровительной услуги мы разработали анкету, состоящую из 2 базовых, функциональных блоков (опросных анкет). Каждая базовая анкета содержит всего 5 вопросов, определяющих выбор туристом организации оздоровления и удовлетворение последнего реальным качеством отдыха и оздоровления:

— анкета № 1 «Оценки ожидаемого качества услуг при выборе лечебно-оздоровительной

организации, базовые вопросы анкеты: качество и доступность рекреационных услуг (парковая территория, лес, озеро и т.п.); логистика территории (стоимость и удобство поездки и т. п.); качество оздоровительных услуг (профили оздоровления, цена услуги, стоимость дополнительных услуг и т.п.); комфортность проживания (номера, питание, персонал и т. п.); туристические возможности территории (достопримечательности, парки, музеи и т.п.).

— анкета № 2 «Восприятие качества представленной лечебно-оздоровительной услуги», базовые вопросы анкеты: качество и организация питания в лечебно-оздоровительной организации; не качественное выполнение должностных обязанностей персоналом организации; условия проживания в лечебно-оздоровительной организации (интерьер комнаты, расположение корпусов); можно ли лечебно-оздоровительную организацию рекомендовать знакомым для отдыха и оздоровления; как Вы оцениваете перспективы объекта оздоровления и хотели бы Вы его посетить еще раз.

Вопросы анкетирования клиентов организации могут быть адаптированы с учетом специфики деятельности организации и особенностей предоставляемой услуги (санаторий, дом отдыха, агро-эко-усадьба и т. п.).

Параметры ожидаемого качества услуги при выборе оздоровительной организации (природно-рекреационный потенциал региона) любой потенциальный клиент организации может легко получить, анализируя информацию, получаемую от друзей, изучая сайты, рекламные проспекты и другие доступные источники в режиме «онлайн» интернет-программ и самостоятельно заполнить анкету № 1 «Ожидаемое качества услуги при выборе лечебно-оздоровительной организации». Параметры восприятия качества услуги, оказанной конкретной, сознательно выбранной самостоятельно клиентом организации, выставляет сам потребитель уже в режиме «офлайн», получив услугу реального уровня качества и самостоятельно заполнить анкету № 2 «Восприятие качества представленной лечебно-оздоровительной услуги».

Заполненные анкеты клиенты лечебно-оздоровительной организации передаются менеджеру при регистрации или выезде на «ресепшен» организации.

Ответы на все вопросы, приведенные в анкетах, проводятся по пяти-балльной шкале: А - позитивный ответ; Б - скорее позитивный; В - скорее негативный; Г - негативный ответ; Д - нет ответа на предлагаемый вопрос. Максимальное значение индекса = +1, минимальное = -1. Все промежуточные индивидуальные индексы ожидаемого качества и реального качества лечебно-оздоровительной услуги каждым клиентом рассчитывались по формуле:

$$И_О, И_Р = \frac{(А + 0,5 \times Б - 0,5 \times В - Г)}{5}$$

где $И_О$ – индекс ожидаемого качества представляемой услуги потребителю,

$И_Р$ - индекс реального качества восприятия качества услуги потребителем.

Интегральные индексы ожидаемого и реального качества представляемой услуги, уровня качества организации устанавливались при анализе массива анкет всех отдохнувших туристов за определенный период времени.

Уровень качества лечебно-оздоровительной услуги, представляемый конкретной организацией конкретному человеку, по ожиданию и восприятию клиента определялся по формуле:

$$УК = И_Р - И_О$$

Лечебно-оздоровительная услуга является качественной, если уровень качества, как разрыв между восприятием и ожиданием результата оздоровления человеком, отсутствует или имеет положительное значение (качество полученной лечебно-оздоровительной услуги на отдыхе, соответствует ожидаемому качеству услуги или превосходит его).

Предлагаемую методику оценки качества и уровня качества лечебно-оздоровительных услуг, как пилотный проект, мы реализовали для составления рейтинга санаторно-курортных и оздоровительных организаций Гомельской области Республики Беларусь.

В таблицах 1 и 2 приведены промежуточные и интегральные, усредненные по санаториям Солнечный берег, Серебряные ключи, Приднепровский, Машиностроитель, Золотые пески, уровни качества УК, индексы ожидаемого $И_О$ и реального качества $И_Р$ качества оздоровительной услуги. Сформировать базу данных, при обработке анкет № 1 и № 2 клиентов лечебно-оздоровительной организации, способны маркетологи любой здравницы, менеджеры также могут провести анализ массива анкетных данных, который должен быть сфокусирован на выявление наиболее значимых проблемных зон, которые являются приоритетными при выборе управленческих решений менеджеров по повышению качества предоставления услуг.

Таблица 1 – «Ожидания качества услуги при выборе оздоровительной организации»

№	Наименование вопроса	Промежуточный индекс
1	Качество и доступность рекреационных услуг (парковая территория, лес, озеро и т.п.)	0.45
2	Логистика территории (стоимость и удобство поездки и т. п.)	0.35
3	Качество оздоровительных услуг (профили оздоровления, цена услуги, стоимость дополнительных услуг и т.п.)	0.30
4	Комфортность проживания (номера, питание, персонал и т. п.)	0.30
5	Туристические возможности территории (достопримечательности, парки, музеи и т.п.)	0.25
	Интегральный индекс I_o	0.33

Таблица 2 – «Восприятие качества представленной лечебно-оздоровительной услуги»

№	Наименование вопроса	Промежуточный индекс
1	Качество и организация питания в лечебно-оздоровительной организации	0.20
2	Не качественное выполнение должностных обязанностей персоналом организации	0.30
3	Условия проживания в лечебно-оздоровительной организации (интерьер комнаты, расположение корпусов)	0.35
4	Можно ли лечебно-оздоровительную организацию рекомендовать знакомым для отдыха и оздоровления	0.35
5	Как Вы оцениваете перспективы объекта оздоровления и хотели бы Вы его посетить еще раз	0.30
	Интегральный индекс I_p	0.30

Подобная методика оценки уровня качества услуги, позволяет наглядно представить процесс предоставления услуги в целом, а также выявить возможные источники ее неудовлетворительного качества. Информация получаемая при анализе анкеты № 2 «Восприятие качества представленной лечебно-оздоровительной услуги» позволяет построить диаграмму Парето для определения наиболее важных проблем, связанных с оказанием некачественной услуги, с целью концентрации на них внимания менеджеров и персонала, а также и приоритетного распределения имеющихся в организации свободных ресурсов для их решения, помогает установить главные факторы (причины) недостатков, с устранения которых нужно начинать руководству организации.

Уровень качества, определенный предлагаемым методом, и принимался за реальный уровень качества лечебно- оздоровительный услуги, представляемой организацией, по которому легко провести ранжирование организаций-здравниц.

В таблице 3 приведены результаты оценки уровня качества оздоровительных услуг для топ-5 санаториев Гомельской области, рассчитанные по выше приведенной методике. Отметим, что данный рейтинг практически совпадает с рейтингом, составленный по немногочисленным отзывам клиентов, приведенных на сайтах курортно-оздоровительных организаций [7].

Таблица 3 – Уровни качества лечебно-оздоровительных услуг санаториев Гомельского региона.

№	Название санатория	Индекс ожидаемого качества услуги Ио	Индекс реального качества услуги Ир	Уровень качества услуги УК	Рейтинг
1	Солнечный берег	0.4	0.45	+0.05	1
2	Серебряные ключи	0.3	0.35	+0.05	2
3	Приднепровский	0.3	0.35	+0.05	3
4	Машиностроитель	0.3	0.3	0.00	4
5	Золотые пески	0.3	0.2	-0.05	5

Проведенный анализ данных таблиц, позволяет сделать, следующие предварительные выводы:

— в целом, реальный уровень качества услуги, предлагаемый санаториями Гомельской области, соответствует ожиданиям потребителей (разрыв УК не превышает 10 %);

— при учете количества включенных в стоимость путевки медицинских услуг, лечебно-материальной базы, организации питания по системе «шведский стол», «меню-заказ», все санатории Гомельской области соответствуют классификации «3 звезды»;

— наиболее низкие величины промежуточных интегральных показателей качества соответствует критериям «Качество и организация питания в лечебно-оздоровительной организации», «Туристические возможности территории (достопримечательности, парки, музеи и т.п.)».

Для оздоровительных организаций Гомельской области основная неудовлетворённость потребителей прослеживается в трёх следующих показателях:

- качество и организация питания в санаторно-оздоровительной организации;
- недостаточное освещение реальной деятельности и новостей организации для повышения качества оказываемых услуг на сайте санатория, социальных платформах;
- некачественное, халатное выполнение должностных обязанностей медицинским персоналом, сотрудниками.

Потребители оценивают полученные лечебно-оздоровительные услуги не в абсолютном понимании, а относительно своих ожиданий, воспринимая ценность оказанной услуги на основании накопленного опыта. Благоприятный или неблагоприятный опыт потребителей, а также их положительные и отрицательные эмоции могут оказать существенное влияние на воспринимаемое качество обслуживания. Точно также, в значительной степени оценка будет зависеть от сравнения предшествующего опыта обслуживания клиента в других лечебно-оздоровительных организациях.

Список литературы:

1. Оборин М.С. Медицинский туризм как специальный вид услуг. Сервис в России и за рубежом. - 2022. -Т.16, No. -С. 179-187
2. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2030 года [Электронный ресурс]: Протокол Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 2 мая 2017 г., № 10. – Режим доступа: <https://economy.gov.by/uploads/files.pdf>. – Дата доступа: 05.05.2024.
3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь. Статистический сборник.-Минск. Белстат, 2023. – 72 с.
4. Фадеева, Н.В. Методология оценки качества услуг / Н.В. Фадеева // Вестник ТГТУ. – 2012. – Том 18. – № 2. С.32-45
5. Об оценке соответствия техническим требованиям и аккредитации органов по оценке соответствия: Закон Республики Беларусь 24 окт. 2016 г., № 437-3 // [Электронный

ресурс]. – Режим доступа <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=W21732456>. – Дата доступа: 20.02.2024. 6. Никулина Ю. Н Современные технологии обеспечения и оценки качества услуг в туризме/Ю.Н. Никулина // Экономика, предпринимательство и право-2022. -Том 12. - № 7. С. 1902-1917

6. Рейтинг санаториев Республики Беларусь // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.sanatorii.by/?Reiting_sanatoriey_Belarusi— Дата доступа: 20.02.2024.

