



МИНИСТЕРСТВО СПОРТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



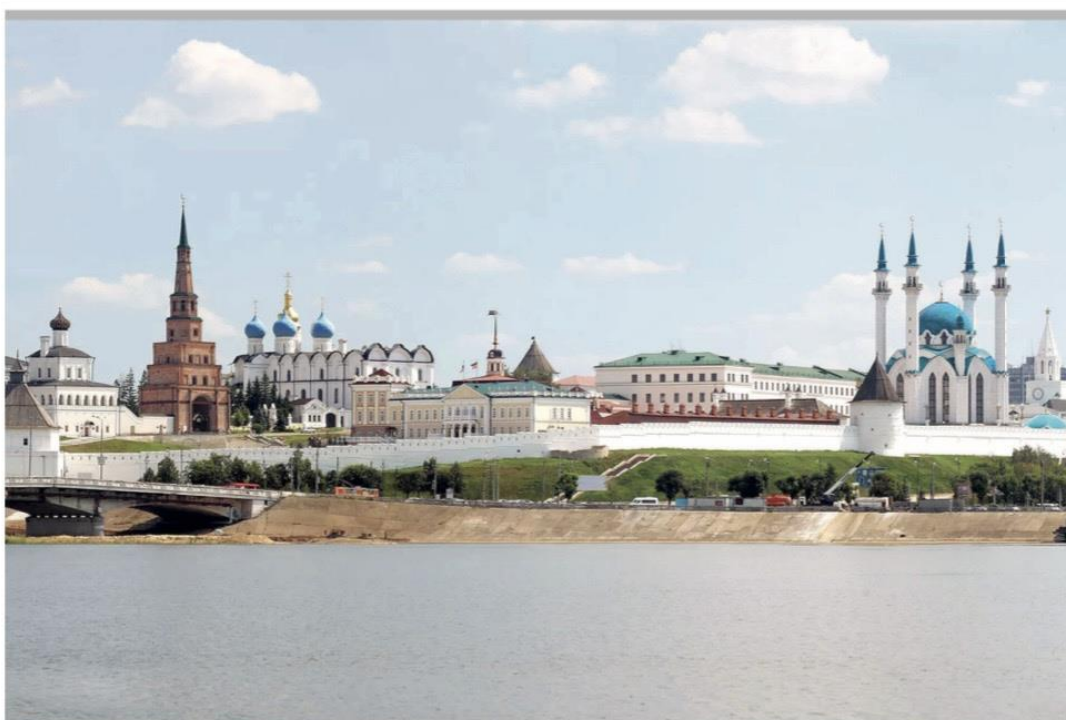
ПГУ
ФК
СИТ
Поволжский государственный
университет физической культуры,
спорта и туризма



РАНХиГС
РОССИЙСКО-АКАДЕМИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ИССЛЕДОВАНИЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ
И СПОРТА

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ И ЦЕННОСТЕЙ ЦИФРОВОГО ТРАНСГУМАНИЗМА НА ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Материалы Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием | Казань, 3 марта 2022 года



КАЗАНЬ 2022

УДК 330.12
ББК 65.49
В 57

В 57 Влияние пандемии и ценностей цифрового трансгуманизма на перспективы развития сферы услуг: Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Казань, 3 марта 2022 года.

Казань: Поволжский ГУФКСиТ, 2022. – 280 с.

В сборнике представлены материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Влияние пандемии и ценностей цифрового трансгуманизма на перспективы развития сферы услуг», прошедшей 3 марта 2022 года на базе ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет физической культуры, спорта и туризма», г. Казань.

Материалы представлены в авторской редакции.

Главный редактор: А.В. Павлова.

Редакционная коллегия: М.В. Веслогузова, Т.В. Никонова, А.А. Мустафина, В.Ю. Гусарова, В.Ю. Смorchков, Г.Р. Муртазина, А.К. Матасова, О.Н. Пережогина, Л.С. Петрик, И.С. Соломина.

УДК 330.12
ББК 65.49
©Поволжский ГУФКСиТ, 2022

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОЙ КЛИНИКИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ОРМЕДИУМ»

Шакирова А.Р.

*Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма
г. Казань, Россия*

Введение

В современных реалиях такая категория как клиентоориентированный подход является значимым критерием для ведения и развития бизнеса в конкурентных условиях. Качественное обслуживание и должное внимание к клиентам и его потребностям способствуют росту численности потребителей в компании или фирме, а также к росту дохода. Учитывая эти особенности, компании стали менять старые устои в ведении бизнеса и стали пользоваться новыми инструментами для повышения качества клиентоориентированности.

Данная тема является актуальной, так как клиентоориентированность является одним из ключевых факторов в современном маркетинге. Концентрация на потребностях и желаниях клиента играет важную роль во влиянии на результат работы фирмы, а также выступает залогом финансовой стабильности и роста.

В силу особенностей услуг в целом и медицинских услуг в частности сфера здравоохранения отличается высокой степенью взаимодействия с пациентом. Поэтому клиентоориентированность играет немаловажную роль в успехе клиники, которая предоставляет медицинские услуги. Исходя из этого, медицинский персонал является важным фактором в обеспечении качественного сервиса, при помощи своих умений, знаний, профессионализма и должной квалификации.

Цель работы: выявить основные проблемы клиентоориентированного подхода в работе с клиентами в лечебно-методическом центре «Ормедиум».

Для достижения цели, были поставлены следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты клиентоориентированного подхода;
2. Изучить клиентоориентированный подход в деятельности медицинских учреждений;
3. Изучить актуальное состояние клиентоориентированности в ООО «Ормедиум».

Методы исследования:

1. Методы получения эмпирических данных: анкетирование, тестирование.
2. Методы обработки полученных результатов - методы количественного и качественного анализа данных.
3. Метод интерпретации полученных данных - структурный метод.

Основная часть

На современном рынке услуг развитие и успех организации зависит от востребованности продукта в среде потребителей. Особенность услуги заключается в том, что она не может предоставляться отдельно от источника производства, то

есть потребление услуги происходит на месте ее производства. Это значит, что в данной сфере ориентация на клиента необходима. Именно такая ориентация носит название клиентоориентированность.

Клиентоориентированный подход в английском языке расшифровывается как CRM – customer relation management, что в дословном переводе означает управление отношениями с клиентами.

Клиентоориентированность – это стратегия работы компании, при которой решения о каких-либо изменениях в деятельности и внедрениях разного рода принимаются только при соответствующей реакции потребителя (клиента) [2].

Для успешного ведения бизнеса и развития клиентоориентированности существуют элементы подхода, которые представлены на рисунке 1 [3].



Рисунок 1 – Основные элементы клиентоориентированного подхода

Для понимания специфики медицинских услуг затронем ее сущностные особенности.

Медицинская услуга – это медицинское вмешательство или комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение. Но для клиентов частных клиник качественная медицинская услуга – это не только так называемая клиническая эффективность, то есть снижение уровня симптоматики или выздоровление, но и неизменная составляющая этого – грамотный медицинский сервис [1].

Медицинская услуга обладает следующими отличительными свойствами:

- медицинская услуга – неосязаемая.
- неотделимость от источника услуги. Пациент не сможет получить услугу от врача, который специализируется на направление, которое не нужно для пациента.
- качество может быть не постоянным. То есть, одну и ту же медицинскую услугу могут оказать на разном уровне качества.
- большинство медицинских услуг невозможно транспортировать. Многие процедуры не могут осуществляться на дому, к примеру: хирургические вмешательства.

Также медицинские услуги делятся на два класса. Класс «А», где медицинские действия направлены на установление диагноза и Класс «Б» сюда относятся услуги, исключительно комплексного характера.

Клиентоориентированность в медицинских учреждениях подразумевает под собой то, что для пациента создаются условия для комфортного использования услуг в сфере здравоохранения.

В ходе исследования нами было проведено анкетирование среди пациентов, для выявления и оценивания клиентоориентированного подхода в лечебно-методическом центре.

В исследовании приняли участие около 1000 человек в возрасте от 18 до 70 лет.

В ходе опроса клиентам был задан вопрос, который звучал так «Как Вы оцениваете качество сервиса при встрече?»



Рисунок 2 – Результаты оценки сервиса при встрече в лечебно-методическом центре ООО «Ормедиум»

Основная часть клиентов оценили сервис при встрече на «хорошо». На такую оценку повлияло отношение работников к клиенту. В ходе анализа было выявлено, что персонал не всегда при встрече приветствует клиента. Так как клиентоориентированный персонал это один из залогов успеха, то в данном случае есть проблемы общения между обслуживающим персоналом и клиентом.

Что касается условий в лечебно-методическом центре, то для клиентов в центре есть бесплатная питьевая вода в кулере, также одноразовые бахилы, антисептические средства, по всему центру имеются диванчики для двух персон, дистанцированные с учетом всех мер предосторожности при коронавирусе. В течение работы учреждения проводится санитарная уборка. Также есть разметки на полу для сохранения дистанции. Для приезжих клиентов и клиентов с машинами есть небольшая парковка. Стоит заметить, что для удобства клиентов центр предоставляет консультации определенных специалистов на дому (невролог, педиатр и т.д.).

Лечебно-методический центр находится на третьем этаже, и для инвалидов, особенно инвалидов-колясочников нет условий для поднятия их на этаж. Пандус имеется только при входе, он довольно высокий и для пользования требуется вызывать персонал медцентра.

В лечебно-методическом центре не созданы условия и для людей с прочими ограничениями здоровья. Нет тактильных покрытий на полу и на дверях (табличках), нет специальных туалетов для инвалидов-колясочников. Для них не оборудованы кабинеты. Если говорить о клиентоориентированности в данном аспекте, то имеются определенные направления для совершенствования практики.

Для своих клиентов лечебно-методический центр приглашает врачей с других городов и республик, которые принимают жителей города Нефтекамска и дру-

гих пациентов. Врачи предоставляют свои услуги на базе ООО «Ормедиум», где дают консультации, а также расписывают курс лечения, при этом клиент может остаться в городе Нефтекамск, или же поехать за врачом в другой город. Приезжают такие врачи в центр каждые две недели либо раз в месяц, в зависимости от направления деятельности врача.

Так как в ходе лечения клиент проводит большое количество времени в клинике, то для него должны создаваться комфортные условия. В ходе анкетирования респондентам также был задан вопрос «Чувствуете ли Вы себя комфортно в нашей клинике?».

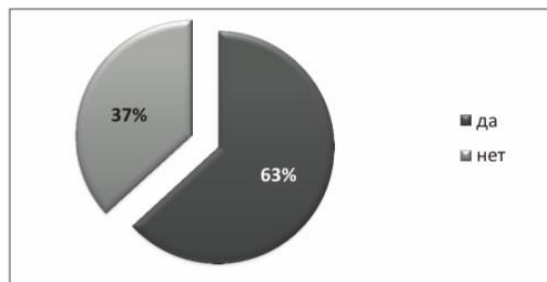


Рисунок 3 - Результаты оценки комфортности в лечебно-методическом центре

Как видно из рисунка 3, то основная часть респондентов в 63% ответили «да», что чувствуют себя комфортно в клинике. Но 37 % от общих опрошенных клиентов ответили «нет» отсюда можно сделать вывод, что у клиники есть проблемы в создании комфорта для клиента, что может привести к потере пациентов.

Выводы

Исходя из анализа, проведенного в ходе написания работы, следует сформулировать определенные выводы:

Обозначен ряд проблем сервисного обслуживания клиентов учреждения, которые необходимо решить (администраторы, малое количество маркетинговых акций, слабая оснащенность центра условиями доступной среды для инвалидов). Центр не оборудован лифтом и пандусом в самом здании (центр находится на 3 этаже).

Клиенты оценили комфорт центра на «хорошо». Центр создал условия для комфорта, а именно: есть наличие посадочных мест для ожидания и отдыха по всему центру, питьевая вода, комфортная температура (наличие кондиционера). Есть условия для детей (игровая зона). Также создал условия для безопасного нахождения в центре в условиях пандемии COVID - 19.

Лечебно-методический центр имеет накопительную бонусную клиентскую систему, которая дает возможность оплатить часть или полную процедуру баллами. Записи на прием осуществляются как по телефону, так и online через сайт.

Для своих клиентов центр приглашает специалистов из разных областей медицинской сферы из других городов, для консультации и дальнейшего лечения. Проводит акции на новые услуги и предоставляет свои услуги на дому (те, которые не нуждаются в специальном оборудовании).

Клиентоориентированность в медицинских учреждениях играет одну из главных ролей в успехе и процветания организации, но также немаловажно это пациентоориентированный персонал, который имеет совокупность качеств, способствующих не просто удовлетворению потребности клиента, а в первую очередь нацелены на качественное оказание услуг.

Ключевой целью клиентоориентированного подхода является достижение взаимоотношений и укрепление лояльности потребителей. Лояльность клиентов можно рассматривать как показатель клиентоориентированной деятельности предприятия.

Таким образом, клиентоориентированный подход рассматривает клиентов, как главный ресурс организации, обеспечивающий ее прибыльность, эффективность и конкурентоспособность.

Список литературы

1. Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 № 323-ФЗ. – Текст: электронный – URL: <https://minzdrav.gov.ru/documents/7025> (дата обращения 12.12.2021).
2. Генкин, Б.М. Экономика и социология труда : учеб. пособие / Б.М. Генкин. – 5-е изд. доп. – Москва: Норма, 2007. – С. 448.
3. Зинкевич А. Секреты клиентоориентированности /руководство по приобретению преданных клиентов// А. Зинкевич. – Текст: электронный 2013 – с. 47.