

ИССЛЕДОВАНИЕ ЭЛАСТИЧНОСТИ ВЕЛИЧИНЫ СПРОСА ОТНОСИТЕЛЬНО ДОХОДА ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРИ ОКАЗАНИИ ПЛАТНЫХ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ

© 2013 А.Р. Сараев, С.Н. Черкасов, Э.Х. Сахибгареева*

Ключевые слова: спрос, эластичность, величина спроса, стоматологические услуги.

Выявлены факторы, влияющие на показатели эластичности спроса и возможность формирования маркетинговой стратегии при оказании платных стоматологических услуг.

Изменения существующей модели охраны здоровья населения потребовали использования новых подходов к организации работы медицинских учреждений на основе экономических и организационно-управленческих моделей, обоснованием которых занимались В.И. Стародубов, Н.В. Полунина, В.З. Кучеренко, А.Л. Линденбратен и др.¹ Несмотря на более чем 20-летний опыт использования платных услуг в государственных и муниципальных медицинских учреждениях, остаются прежними подходы к формированию номенклатуры услуг, организации процесса их предоставления, системе ценообразования.

Одним из основных элементов маркетинговых стратегий является ценовая политика, включающая как вопросы ценообразования, так и вопросы управления ценой. Несмотря на большую важность факторов “неценовой конкуренции”, именно цена услуги в совокупности с объемом продаж будет тем синтетическим показателем, который формирует такие результаты деятельности медицинской организации, как выручка и прибыль. Отсутствие адекватной и научно обоснованной ценовой политики медицинской организации приводит к снижению эффективности, конкурентоспособности и в конечном итоге к отрицательному экономическому результату.

Ценовая политика коммерческой медицинской организации как один из важнейших элементов маркетинговой стратегии должна основываться на доказательных данных о влиянии цены не только на потребительский

выбор, но и на величину спроса, как важнейшую категорию эффективности деятельности этой организации.

Знание показателей эластичности спроса позволяет осуществлять ценовую политику организации в рамках определенной маркетинговой стратегии. Исследования эластичности спроса на медицинские услуги крайне немногочисленны. Уровень эластичности спроса на медицинские услуги в целом и на стоматологические услуги в частности считается низким, так как данный вид экономического блага, получение которого первоначально для экономического субъекта, относится к жизненно важным. Например, М. Кац и Х. Роузен (2004) приводят данные об эластичности спроса на стоматологические услуги только относительно дохода - 0,38. В отечественной литературе конкретных данных об уровнях эластичности как относительно цены, так и относительно дохода потребителя на стоматологические услуги не содержится. Следовательно, задача по анализу уровней эластичности стоматологических услуг является актуальной и необходимой не только для коммерческих стоматологических организаций, но и для государственных и муниципальных медицинских учреждений, оказывающих платные стоматологические услуги.

Все виды услуг, предоставляемые стоматологическими клиниками, были разделены на три категории:

◆ медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли;

* Сараев Александр Рудольфович, кандидат медицинских наук, ст. преподаватель Самарского государственного медицинского университета. E-mail: aleksandrsarae@yandex.ru; Черкасов Сергей Николаевич, доктор медицинских наук, зав. кафедрой гуманитарных и социально-экономических дисциплин. E-mail: cherkasovsn@mail.ru; Сахибгареева Элина Хансвьяровна, аспирант. E-mail: elina163@mail.ru. - Московский медицинский институт “РЕАВИЗ”.

◆ медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний;

◆ эстетическая стоматология.

Анализ ответов потребителей был произведен в отношении совершеннолетних, дееспособных пациентов. В опросе участвовало 2500 респондентов - потребителей услуг, предоставляемых коммерческими стоматологическими клиниками. Всего собрано 2346 ответов на вопросы, относящиеся к исследованию эластичности спроса. Результаты анализа причин обращений в коммерческие стоматологические организации за период 2007-2011 гг. показали, что удельный вес потребителей услуг первой категории был небольшой и не превышал 15% от их общего числа. Наибольшее количество потребителей выбирало услуги второй категории, не связанные с лечением острых состояний (68%). Доля потребителей услуг эстетической стоматологии (отбеливание зубов, зубные украшения и т.п.) составляла 17%. Анализ эластичности проводился отдельно для первично и повторно обратившихся пациентов. Из общего числа опрошенных 952 пациента обратились в данное учреждение впервые (40,6%), 1394 пациента (59,4%) - повторно.

Так как реальное изменение потребительского выбора определить было крайне затруднительно, исследовали возможное изменение поведения, которое потребитель (пациент) формулировал при ответе на вопрос: "Какое увеличение цены на необходимую Вам услугу Вы считаете существенным?" Значительным увеличением цены считалась такая цена, при которой потребитель может отказаться от получения данной услуги. Данный подход не применим к условиям монополии, когда у потребителя нет выбора, однако организация настоящего исследования исключала монополию на предоставление стоматологических услуг и давала возможность пациентам (потребителям) реальное право выбора места получения необходимой им стоматологической услуги. Предлагалось четыре варианта ответа: 1 - до 5% от текущей стоимости; 2 - более 5%, но менее 10% текущей стоимости; 3 - более 10%, но менее 25% текущей стоимости; 4 - более 25% текущей стоимости услуги. В соответствии с представленными ответами рассчитывался

средний взвешенный показатель эластичности спроса относительно цены по закрытым интервалам. Полученные значения эластичности являлись расчетными и опирались на высказанные мнения потребителей. Оценить точно долю пациентов, отказавшихся от получения услуг при данном повышении цены на основании результатов опроса, конечно, не представляется возможным, и дать однозначную трактовку полученных результатов показателей эластичности, определенных по классической методике, нельзя. Однако расчетные показатели эластичности могут быть использованы при формировании маркетинговой стратегии организации, что и является целью настоящего исследования.

Для установления уровня эластичности спроса относительно дохода потребителя все пациенты коммерческой стоматологической организации были разделены на группы с низкими, средними или высокими доходами. В качестве одного из критериев был использован показатель среднемесячного уровня дохода на одного члена семьи. В анкете были представлены три варианта уровня дохода: низкий (менее 5000 руб. на одного члена семьи), средний (от 5001 до 10 000 руб. на одного члена семьи) и высокий (более 10 000 руб. на одного члена семьи). Порог, равный 5000 руб., был взят неслучайно, так как именно такая цифра максимально приближена к прожиточному минимуму, установленному для Самарской области на момент проведения исследования.

Более половины пациентов коммерческой стоматологической клиники (60 из 100 обратившихся) имели высокий уровень дохода (более 10 000 руб. на одного члена семьи). Средний уровень благосостояния (от 5000 до 10 000 руб. на одного члена семьи) наблюдался у 34 из 100 обратившихся пациентов. Соответственно, только у 6 из 100 обратившихся в коммерческую стоматологическую клинику пациентов уровень дохода на одного члена семьи был ниже 5000 руб. в месяц, что позволяло отнести их к категории низкообеспеченных пациентов. Следовательно, в качестве критерия разделения на подгруппы выступал показатель обеспеченности пациента, независимо от источника его формирования, что при некотором допущении можно считать его доходом.

На первом этапе анализировалась зависимость уровня эластичности спроса относительно дохода пациента для различных видов медицинских стоматологических услуг. Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли, обладали наименьшей эластичностью спроса относительно дохода пациента (табл. 1).

нием уровня располагаемого дохода пациента и снижение разницы между показателями эластичности спроса в долгосрочном и краткосрочном периодах с ростом дохода пациента. Следовательно, пациент с низким уровнем дохода, несмотря на неотложное состояние, более внимательно рассматривает цену услуги и при ее повышении может отказаться

Таблица 1

Эластичность спроса относительно дохода пациента на различные виды стоматологических услуг в коммерческих медицинских организациях для пациентов, обращающихся впервые

Вид стоматологической услуги	Показатель эластичности спроса		
	Краткосрочный период	Долгосрочный период	Эластичность в долгосрочном периоде относительно краткосрочного периода, %
Уровень дохода пациента менее чем 5000 руб. на одного члена семьи			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,45	0,89	198
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,99	1,45	146
Уровень дохода пациента более 5000 руб., но менее 10 000 руб. на одного члена семьи			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,38	0,64	168
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,81	1,21	149
Эстетическая стоматология	1,4	3,6	257
Уровень дохода пациента более чем 10 000 руб. на одного члена семьи			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,21	0,32	152
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,68	0,88	129
Эстетическая стоматология	1,1	2,3	209

Опираясь на теоретическое положение о возможном различии в показателях эластичности спроса относительно дохода в зависимости от величины дохода, мы провели дифференцированный анализ показателей эластичности в каждой из трех выделенных групп пациентов, обладающих разным уровнем дохода. В группе посетителей с доходами ниже 5000 руб. на одного члена семьи услуги эстетической стоматологии были практически не востребованы, в связи с чем анализ эластичности спроса относительно дохода в данной группе не проводился.

Сравнительный анализ показателей эластичности спроса относительно дохода для пациентов, получивших услуги первой категории (медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли), показал низкий уровень эластичности в краткосрочном периоде, снижение значений показателя эластичности с повыше-

ся от получения услуги в данной медицинской организации. Особенно ярко эта тенденция проявляется в долгосрочном периоде, когда у пациента достаточно времени для принятия решения, что выражается в увеличении уровня эластичности в долгосрочном периоде на 198% относительно краткосрочного периода. Для наиболее обеспеченных пациентов рост цен на услуги неотложного характера практически не имеет большого значения, что проявляется в наименьших из зарегистрированных показателей эластичности спроса относительно дохода пациента.

Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний, обладают более высокими уровнями эластичности для всех категорий пациентов (см. табл. 1). Для пациентов с низким уровнем дохода показатели эластичности даже в краткосрочном периоде приближаются к единице, что свидетельствует о большой чувствительности

данной группы пациентов к изменению цены. Только для пациентов с высоким уровнем дохода уровень эластичности ниже единицы, как для краткосрочного, так и для долгосрочного периодов.

Услуги эстетической стоматологии обладают высоким уровнем эластичности, который значительно возрастает в долгосрочном периоде. Даже для пациентов с высоким уровнем дохода показатель эластичности выше единицы в краткосрочном периоде. Возрастание в долгосрочном периоде превышает 200%, что свидетельствует о внимательном отношении к уровню цен на услуги данного характера у всех пациентов независимо от уровня располагаемого дохода.

Таким образом, наименьшая эластичность спроса относительно дохода, как и приведенная ранее эластичность спроса относительно цены, наблюдалась у медицинских стоматологических услуг, связанных с ликвидацией острой зубной боли, что, возможно, объясняется недостатком времени у потенциального потребителя для осуществления более рационального выбора и проведения ценовых сравнений. Подтверждением данного заключения является значительный рост показателя эластичности в долгосрочном периоде, когда у потенциального потребителя следующей услуги складывается представление об адекватности цены на полученную услугу и пациент формирует представление о возможности следующего обращения. В данном случае при наличии достаточного времени можно видеть значительный рост показателя эластичности спроса относительно дохода более чем в 2 раза в долгосрочном периоде. С возрастанием уровня располагаемого дохода наблюдается снижение показателя эластичности и снижение разницы между показателями эластичности в краткосрочном и долгосрочном периодах со 98 до 52%. Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний, обладают большим уровнем эластичности спроса относительно дохода пациента, однако тенденция снижения уровня эластичности с ростом дохода пациента сохраняется. Если для малообеспеченных пациентов в краткосрочном периоде коэффициент эластичности практически равен единице, то с возрастанием дохода уровень эластичности снижается до

0,68 для наиболее обеспеченных пациентов. Для услуг эстетической стоматологии уровень эластичности спроса относительно дохода пациента и в краткосрочном, и в долгосрочном периодах превышает единицу, независимо от уровня обеспеченности пациентов.

Другой подход к определению уровня благосостояния пациентов, когда в качестве критерия разделения применяется анализ доли семейного дохода, используемого для оплаты обязательных расходов, показал аналогичные результаты. Наиболее чувствительными к изменению цены на стоматологические услуги были группы пациентов, в семейном бюджете которых более 50% составляют затраты на покупку продуктов питания, наименее чувствительны пациенты, затраты которых на покупку продуктов питания составляли менее 25% от суммы общего дохода. Рост показателей эластичности спроса относительно дохода наблюдался для долгосрочного периода в отношении всех видов стоматологических услуг, переход от услуг, требовавших незамедлительного выполнения (ликвидация острой боли), к плановым услугам (стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний, и услуги эстетической стоматологии) также сопровождался ростом показателя эластичности спроса относительно дохода пациента.

Как и при анализе эластичности спроса относительно цены, проведенные точечные оценки эластичности не будут адекватны без анализа дуговой эластичности, так как абсолютное значение цены оказывает воздействие на изменение показателя эластичности, что было показано ранее. Как правило, величина наклона кривой спроса изменяется, что определяет разные значения показателя эластичности при различных значениях цены. Как и при рассмотрении эластичности спроса относительно цены, все услуги были разделены на три ценовые категории: в первую вошли услуги с ценой до 3000 руб., во вторую - услуги с ценой более 3000 руб., но менее 9000 руб., в третью - услуги с ценой более 9000 руб. Для наиболее дорогой ценовой категории не учитывали услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли с ценой более 9000 руб., так как они были единичными. Для наименее обеспеченных пациентов услуги стоимостью более 9000 руб. были

практически не востребованы, поэтому анализ в отношении них не проводился.

Наиболее приближены к данным, представленным в табл. 2, для этой группы паци-

относительно дохода пациента закономерно возрастает.

Показатели эластичности для пациентов, чей среднедушевой доход находится в пре-

Таблица 2

Эластичность спроса относительно дохода пациента на различные виды стоматологических услуг в коммерческих медицинских организациях для пациентов с доходом менее 5000 руб. на одного члена семьи

Вид стоматологической услуги	Показатель эластичности спроса		
	Краткосрочный период	Долгосрочный период	Эластичность в долгосрочном периоде относительно краткосрочного периода, %
Цена услуги до 3000 руб.			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,41	0,82	200
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,93	1,62	174
Цена услуги более 3000 руб., но менее 9000 руб.			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,54	1,03	191
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	1,14	2,12	186
Эстетическая стоматология	1,1	2,3	209

ентов с обеспеченностью менее 5000 руб. на одного члена семьи были показатели эластичности спроса относительно дохода для услуг, цена которых была ниже 3000 рублей. Отмечается значительный рост эластичности спроса относительно дохода пациента в долгосрочном периоде. С возрастанием цены услуги показатель эластичности спроса

делает от 5000 до 10 000 руб., представлены в табл. 3

Наиболее приближены к данным, представленным в табл. 1, для названной группы пациентов с среднедушевым доходом от 5000 до 10 000 руб. были показатели эластичности спроса относительно дохода для услуг, цена которых находилась в диапазоне от 3000

Таблица 3

Эластичность спроса относительно дохода пациента на различные виды стоматологических услуг в коммерческих медицинских организациях для пациентов с доходом более 5000 руб., но менее 10 000 руб. на одного члена семьи

Вид стоматологической услуги	Показатель эластичности спроса		
	Краткосрочный период	Долгосрочный период	Эластичность в долгосрочном периоде относительно краткосрочного периода, %
Цена услуги до 3000 руб.			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,24	0,42	175
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,65	0,89	137
Цена услуги более 3000 руб., но менее 9000 руб.			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,39	0,68	174
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,84	1,26	150
Эстетическая стоматология	1,5	3,4	226
Цена услуги более 9000 руб.			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	1,11	2,75	248
Эстетическая стоматология	3,6	5,6	155

до 9000 руб. С возрастанием цены на услугу показатель эластичности закономерно возрастает. Наибольшие значения показателя эластичности относительно дохода пациента наблюдаются в эстетической стоматологии, особенно в долгосрочном периоде, наименьшие - в услугах неотложного характера с ценой до 3000 руб.

Показатели эластичности для пациентов, чей среднедушевой доход превышает 10 000 руб. представлены в табл. 4.

лизируются показатели эластичности спроса по доходу при различных поводах (мотивах) обращения. Анализ не проводился в отношении наименее обеспеченных пациентов, с доходом на одного члена семьи менее 5000 руб., так как для них фактор цены играл решающую роль и повод (мотив) обращения не имел принципиального значения. Пациентов с острой болью по этическим причинам не опрашивали. В опросе участвовало 1700 пациентов. Всего собрано 1598 анкет. Из них 632 пациента

Таблица 4

Эластичность спроса относительно дохода пациента на различные виды стоматологических услуг в коммерческих медицинских организациях для пациентов с доходом более 10 000 руб. на одного члена семьи

Вид стоматологической услуги	Показатель эластичности спроса		
	Краткосрочный период	Долгосрочный период	Эластичность в долгосрочном периоде относительно краткосрочного периода, %
Цена услуги до 3000 руб.			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,21	0,32	152
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,55	0,73	133
Цена услуги более 3000 руб., но менее 9000 руб.			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с ликвидацией острой зубной боли	0,33	0,54	164
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,76	0,96	126
Эстетическая стоматология	1,1	1,9	172
Цена услуги более 9000 руб.			
Медицинские стоматологические услуги, связанные с лечением неострых состояний	0,97	1,73	178
Эстетическая стоматология	1,9	3,8	200

Данные, приведенные в табл. 4, позволяют подтвердить ранее сделанные выводы о снижении показателей эластичности с ростом дохода пациента. Отмечается снижение не только показателей эластичности в краткосрочном периоде, но и снижение разницы между значениями эластичности в краткосрочном и долгосрочном периодах. Следовательно, недостаток времени для принятия решения для данной группы пациентов менее принципиален и их чувствительность к изменениям цен меньше, чем у пациентов с меньшими доходами. Следовательно, для данной группы пациентов цена не является определяющим фактором в принятии решения об обращении в конкретную коммерческую медицинскую организацию. Для подтверждения выдвинутой гипотезы нами были проана-

обратились в данное учреждение впервые (39,5%). В табл. 5 представлены данные анализа эластичности спроса относительно цены для пациентов, обратившихся впервые.

Наименьшая эластичность спроса относительно дохода наблюдалась у пациентов, обратившихся по рекомендации врачей, - 0,42. Разница между показателями эластичности, характерными для краткосрочного и долгосрочного периодов, для данных пациентов была также наименьшая - 121%. Полученные данные подтверждают ранее сделанное предположение, что высокое доверие к врачу, давшему рекомендацию, увеличивая степень доверия к медицинской организации, значительно снижает чувствительность пациента к цене на услугу.

Кроме указанных выше, еще два мотива обращения сочетаются с более низким уров-

Таблица 5

Эластичность спроса относительно цены для пациентов с доходом более 5000 руб., но менее 10 000 руб. на одного члена семьи на различные виды стоматологических услуг в зависимости от основной причины (мотива) обращения в коммерческую стоматологическую клинику для пациентов, обратившихся впервые

Основная причина (мотив) обращения	Показатель эластичности спроса		
	Краткосрочный период	Долгосрочный период	Эластичность в долгосрочном периоде относительно краткосрочного периода, %
Надежда на качественное обслуживание	0,52	0,76	146
Негативный опыт взаимодействия с государственными и муниципальными медицинскими учреждениями	0,59	0,74	125
Рекомендация друзей и знакомых	0,98	1,42	145
Надежда на комфортное обслуживание	0,95	1,15	121
Рекомендации врачей	0,42	0,51	121
Реклама	1,28	2,61	204

нем эластичности, чем в среднем среди всех обратившихся пациентов: надежда на качественное обслуживание и негативный опыт взаимодействия с государственными и муниципальными медицинскими учреждениями. Наибольшими показателями эластичности спроса относительно цены характеризуются пациенты, основным поводом обращения для которых была реклама. Такие пациенты особенно чувствительны к цене, и прежде всего в долгосрочном периоде.

Для пациентов с более высоким уровнем дохода (более 10 000 руб. на одного члена семьи) закономерности изменения показателей эластичности были аналогичны приведенным ранее. Отличие наблюдалось только в уровне абсолютных показателей, которые были на 10-20% ниже указанных в табл. 5. Уверенность пациента в качественном обслуживании снижала его чувствительность в цене, и наоборот, если пациент испытывал сомнения в возможности качественного обслуживания, уровень чувствительности к цене у него повышался. Имеющийся негативный опыт взаимодействия с государственными и муниципальными медицинскими учреждениями также способствовал снижению показателей эластичности, выражающемуся в меньшем внимании таких пациентов к уровню цен на стоматологические услуги, особенно в группе высоко обеспеченных людей.

Для пациентов, обратившихся повторно, закономерности изменений значений показателя эластичности спроса относительно дохода аналогичны изменениям значений по-

казателя эластичности спроса относительно цены: абсолютные значения на 10-15% ниже, чем у пациентов, обратившихся впервые. Это можно объяснить исключением из анализа пациентов, которые после первого посещения приняли решение не обращаться более в данную медицинскую организацию. Для остальных пациентов более высокий уровень лояльности сочетается с более низкими показателями эластичности и терпимости к повышению цены.

Следует отметить, что около половины пациентов (48%) высказали готовность платить больше за услуги, если этого позволит их материальное благосостояние. Треть опрошенных не согласны идентифицировать цену на услугу и уровень их материального благосостояния, каждый пятый готов платить больше, если качество услуги улучшится.

Анализ влияния на показатели эластичности спроса относительно дохода таких факторов, как возраст, пол, социальное положение, позволил определить их зависимость от более важных и значимых факторов, таких как повод (мотив) обращения и уровень материального благосостояния пациента.

Пациенты муниципальных медицинских учреждений, оказывающих платные стоматологические услуги, демонстрировали более высокий уровень чувствительности к цене, чем пациенты коммерческих медицинских организаций, что можно объяснить различиями в демографическом, социальном составе пациентов, в структуре оказываемых услуг, в уровне их материального благополучия. Однако

общие закономерности, выявленные и описанные ранее для этого типа организаций, в целом сохраняются.

Полученные закономерности характеризуют и отношение пациентов к уменьшению цены (скидки, акции). В целом, снижение цены при показателе эластичности менее единицы не будет приводить к адекватному повышению величины спроса, т.е. экономического смысла в данном мероприятии нет, однако определенный тип пациентов может рассматривать скидки, особенно индивидуальные, как дополнительное преимущество медицинской организации, особенно при повторном обращении. Для пациентов, пришедших впервые, скидки практически не имеют значения.

Таким образом, полученные данные об уровнях эластичности позволяют сделать вывод о низкой эластичности спроса на стоматологические услуги (кроме услуг эстетической стоматологии), так как показатели эластичности за редким исключением менее единицы. Показатели эластичности спроса в краткосрочном периоде меньше чем, в долгосрочном, что имеет принципиальное значение для принятия пациентом решения о повторном обращении. Увеличение цены при прочих равных условиях повышает уровень эластичности, рост уровня материального благосостояния пациента снижает его чувствительность к ценам.

Анализ эластичности спроса относительно цены и дохода пациента (потребителя) позволил выявить факторы, обязательные к учету при формировании маркетинговой стратегии медицинской организации. В качестве таковых рекомендуется рассматривать вид медицинской услуги, основной мотив (повод) к обращению, категорию цены на конкретную услугу, уровень материального благосостояния потребителя (пациента). Наименьший уровень эластичности спроса наблюдался у потребителей неотложных мероприятий, связанных с ликвидацией острой боли, наиболь-

ший - у потребителей услуг эстетической стоматологии. Пациенты коммерческих медицинских организаций имели меньший уровень чувствительности к цене относительно потребителей платных стоматологических услуг муниципальных медицинских учреждений. Следует учесть, что большинство пациентов (44%) ориентируются на общий уровень цен, поэтому завышенную цену на одну медицинскую услугу можно сделать гармоничной в глазах пациента путем снижения цены относительно среднерыночной на другую медицинскую услугу. Для пациентов, обратившихся повторно, абсолютные значения эластичности на 10-15% ниже, чем для пациентов, обратившихся впервые. Пациенты муниципальных медицинских учреждений, оказывающих платные стоматологические услуги, демонстрировали более высокий уровень чувствительности к цене, чем пациенты коммерческих медицинских организаций.

На основе полученных данных о факторах, влияющих на показатели эластичности спроса, возможно целенаправленно формировать маркетинговую стратегию, позволяющую достичь необходимых целей организации.

¹ См.: *Стародубов В.И.* Механизмы эффективного реформирования финансирования в здравоохранении. М., 2007; *Полунина Н.В.* Общественное здоровье и здравоохранение. М. 2010; *Кучеренко В.З., Алексеева В.М., Скоморохова Т.В.* Маркетинговый анализ качества медицинской помощи в добровольном медицинском страховании: теоретические основы проблемы // Экономика здравоохранения. 2003. № 10. С. 11-16; *Линденбратен А.Л.* Актуальные проблемы совершенствования здравоохранения в субъектах Российской Федерации // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2004. № 4. С. 23-26; *Данилов Е.О., Мчедлидзе Т.Ш.* Маркетинговые стратегии в коммерческой стоматологии // Институт стоматологии. 2002. № 1. С. 2-5; *Матвеев Ю.В., Матвеев К.Ю.* Инвестиции как источник модернизации национальной экономики // Вестник Самарского государственного экономического университета. № 10(96). 2012. С. 83-87.

Поступила в редакцию 02.10.2013 г.