

УДОВЛЕТВОРЁННОСТЬ МЕДИЦИНСКИМИ УСЛУГАМИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Галина Валерьевна Гудименко^{1*}, Римма Аркадьевна Кондрашова²

¹Орловский государственный университет экономики и торговли, г. Орёл, Россия;

²Университет им. Георга-Августа, г. Гёттинген, Германия

Поступила 13.10.2016; принята в печать 21.11.2016.

Реферат

DOI: 10.17750/KMJ2017-251

Цель. Провести сравнительный анализ удовлетворённости медицинскими услугами пациентов частного и бюджетного медицинских учреждений, рассматривая удовлетворённость как фактор повышения конкурентоспособности.

Методы. Проведено исследование удовлетворённости медицинскими услугами путём анкетирования 300 пациентов и анализа отзывов в сети Интернет двух медицинских учреждений г. Орла. Полученные количественные данные обработаны, сгруппированы и представлены в виде результата статистического наблюдения.

Результаты. По результатам анкетирования клиентов медицинского центра «Сакара» выявлена почти 100% удовлетворённость посетителей оказанными медицинскими услугами, а по отзывам в сети Интернет 59,1% пациентов данными услугами и отношением персонала не удовлетворены. В поликлинике №2 по результатам анкетирования удовлетворены приблизительно 70% посетителей, по отзывам в сети Интернет 78,8% абсолютно не удовлетворены. Установлено, что с течением времени оценки потребителей снижаются, а иногда становятся прямо противоположными. В связи с этим нами выделены первичный уровень удовлетворённости — удовлетворение, а также вторичный уровень — непосредственно удовлетворённость (неудовлетворённость). Первичное удовлетворение и последующая удовлетворённость потребителей медицинских услуг не совпадают по времени и оценке. Объяснение полученного результата заключается в специфичности медицинских услуг, их длительности во времени и неопределённости итога. На рынке медицинских услуг в России удовлетворённость часто не преобразуется в лояльность потребителей и, следовательно, не является источником прибыли. Между показателями удовлетворения и удовлетворённости потребителей существует разрыв, обусловленный текущей эффективностью оказания услуг и ожиданиями клиента.

Вывод. Медицинские учреждения должны постоянно анализировать удовлетворение и удовлетворённость потребителей для более широкого и обоснованного представления об их поведении, предпочтениях и ожиданиях; выявление проблем медицинского учреждения и своевременная их коррекция служат одним из действенных механизмов повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: организация здравоохранения, медицинские услуги, удовлетворённость потребителей.

SATISFACTION WITH MEDICAL SERVICES AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF REGIONAL HEALTH CARE INSTITUTIONS

G.V. Gudimenko¹, R.A. Kondrashova²

¹Orel State University of Economy and Trade, Orel, Russia;

²University of Göttingen (Georgia Augusta), Göttingen, Germany

Aim. To conduct comparative analysis of patients' satisfaction with medical services in private and public health care institutions, considering satisfaction as a factor of improving competitiveness.

Methods. Analysis of satisfaction with medical services in two medical institutions in Orel was performed by means of survey of 300 patients and analysis of web-based feedbacks. The obtained quantitative data were processed, grouped and presented as a result of statistical observation.

Results. According to the results of the survey of clients of the medical center «Sakara» it was found that almost 100% of patients were satisfied with medical services, and according to the web-based feedbacks 59.1% of patients were not satisfied with the services and staff attitude. In polyclinic №2 according to the results of the survey about 70% of the visitors were satisfied, and according to web-based feedbacks 78.8% are completely unsatisfied. It was revealed that over time consumers marked down their assessment and sometimes they even became reverse. In this regard we identified the primary level of satisfaction — satisfaction, and secondary level — contentment (discontent). Primary satisfaction and subsequent contentment of consumers with medical services do not coincide and are not consistent. The explanation of this result lies in specificity of medical services, their duration and uncertainty of outcome. In the market of medical services in Russia satisfaction doesn't often transform into customer loyalty, and therefore is not a source of profit. Between the parameters of satisfaction and customer contentment there is a gap due to the current efficiency of services and customer expectations.

Conclusion. Medical institutions should constantly analyze satisfaction and contentment of consumers for wider and more justified understanding of their behavior, preferences and expectations; identification of medical institution problems and their timely correction is one of the most effective mechanisms to improve competitiveness.

Keywords: health care organization, medical services, consumer contentment.

Удовлетворённость потребителей медицинскими услугами обусловлена уровнем соответствия этих услуг их требованиям и ожиданиям,

а также такими характеристиками, как своевременность, разнообразие, комфортность получения услуг и др. Исследования удовлетворённости медицинскими услугами потребителей проводят в основном с точки зрения повышения

Сравнительные цены на некоторые сходные медицинские услуги в поликлинике №2 Орловской области и медицинском центре «Сакара»

Наименование медицинской услуги	Цена на услуги в поликлинике №2, руб. (1)	Цена на услуги в медицинском центре «Сакара», руб. (2)	Отклонение (2 к 1), +/-; %
Приём терапевта	73,04	660	903,6
Приём невролога	52,07	710	1363,5
Приём хирурга	29,66	690	2326,3
Приём офтальмолога	41,3	740	1791,7
Приём отоларинголога	41,19	690	1675,2
Приём онколога	101,76	740	727,2
Приём уролога	53,75	710	1320,9
Приём эндокринолога	65,58	710	1082,6
Приём пульмонолога	81,56	710	870,5
Приём кардиолога	85,5	710	830,4
Приём аллерголога-иммунолога	66,38	710	1069,5
Приём акушера-гинеколога	63,15	820	1298,5
Приём гастроэнтеролога	55,05	710	1289,7
Приём дерматовенеролога	34,8	710	2040,2
Приём травматолога	63,59	710	1116,5

их качества [1, 2]. Однако в период экономической нестабильности каждая медицинская компания стремится к повышению конкурентоспособности и формированию стратегии развития не столько за счёт повышения качества, сколько за счёт сокращения расходов, полной загрузки имеющегося оборудования и персонала, экономии всех видов ресурсов.

Одним из методов стабильного развития служит сохранение клиентов, а также поддержание их лояльности и приверженности лечению. Потребитель услуг в сфере медицины и здравоохранения обладает одной специфической характеристикой: финансовую составляющую медицинской услуги он иногда не принимает в расчёт. В период действия санкций и недостатка финансовых ресурсов медицинским учреждениям приходится бороться за каждого клиента. И с этой точки зрения удовлетворённость потребителей медицинских услуг является важнейшим фактором повышения конкурентоспособности, при этом под удовлетворённостью мы понимаем способность услуги максимально удовлетворить потребности, соответствие её ожиданиям и требованиям пациентов.

Медицинское обслуживание населения в Российской Федерации (РФ) обеспечивают терапевтические медицинские учреждения, хирургические и травматологические учреждения, педиатрические медицинские учреждения, профилактические медицинские учреждения, специальные медицинские учреждения, перинатальные центры и родильные дома.

Забота о здоровье людей, повышение уровня и качества медицинского обслуживания населения, совершенствование системы здравоохранения — приоритеты государственной политики РФ [3]. Медицинские учреждения в своей деятельности руководствуются Конституцией

РФ, Гражданским кодексом РФ и другими нормативными правовыми актами РФ. Населению субъектов РФ также оказывают медицинскую помощь в рамках областных программ государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи. При этом медицинские учреждения всех форм собственности предоставляют населению перечень платных медицинских услуг.

Работа медицинских учреждений строится с учётом следующих принципов: профессионализма, конфиденциальности, соблюдения прав пациента на качественную медицинскую помощь. Добиться высокого качества медицинского обслуживания, обеспечивающего удовлетворённость потребителей, можно за счёт технического оснащения и высокого профессионализма специалистов.

В целях проведения сравнительного анализа удовлетворённости потребителей полученными медицинскими услугами нами проанкетированы пациенты двух учреждений здравоохранения г. Орла различной формы собственности: многопрофильного медицинского центра «Сакара», действующего в организационно-правовой форме комплекса обществ с ограниченной ответственностью, и бюджетного учреждения здравоохранения (БУЗ) Орловской области «Поликлиника №2».

Сеть многопрофильных медицинских центров «Сакара» — группа многопрофильных лечебно-диагностических медицинских центров амбулаторного типа, работающих в г. Орле с 2003 г., а с 2013 г. — и в Орловской области [4]. Миссия организации определена следующим образом: быть лучшим учреждением здравоохранения в городе и области, обеспечивать наивысшее качество медицинского сервиса в лечении и предотвращении заболеваний для

Анализ отзывов об услугах поликлиники №2 Орловской области и медицинского центра «Сакара» в сети Интернет

Наименование сайта, страницы в сети Интернет, где размещены отзывы о врачах медицинских учреждений и оказываемых услугах		Всего отзывов	Из них положительных	
			Абс.	Абс.
Медицинский центр «Сакара»	http://www.yell.ru/orel/com/sakara_10688493/	38	14	36,8
	http://otzovik.com/reviews/klinika_sakara_russia_orel/	9	5	55,6
	http://www.infoorel.ru/firma.php?id=3396	74	31	41,9
	http://zhaloba.ucoz.ru/board/otzyvy_o_medecinskikh_uchrezhdenijakh_orla/otzyvy_o_bolnici_orla/sakara_v_orle/39-1-0-108	10	4	40
	https://yandex.ru/maps/org/meditsinskiy_tsentr_sakara/1602538997	23	9	39,1
	https://prodoctorov.ru/oryol/lpu/29446-sakara/	5	3	60
	http://like.ru/orel/sakara	5	1	20
Итого	164	67	40,8	
Поликлиника №2	http://www.yell.ru/orel/com/poliklinika-2_10688250/	9	2	22,2
	http://www.infoorel.ru/firma.php?id=2	36	6	16,7
	http://www.med-otzyv.ru/clinics/9-russia/48-orlovskaya/5127-poliklinika-2	1	1	100
	https://yandex.ru/maps/org/poliklinika_2/1098601816?source=wizbiz_new_text_single	6	2	33,3
	Итого	52	11	21,1

каждого пациента, поддерживать медицинское образование сотрудников на самом высоком уровне, формировать наиболее прогрессивное медицинское сообщество и т.д. За годы существования организации руководство центра разработало и внедрило в медицинскую практику множество специальных программ обследования и лечения, оказана помощь более чем 170 000 пациентам, приём ведут более 100 специалистов.

БУЗ «Поликлиника №2» — самостоятельное учреждение 1-й категории, обслуживающее 61 393 человека по территориальному принципу [5]. В настоящее время БУЗ «Поликлиника №2» — многопрофильное медицинское учреждение, имеющее в своем составе 14 отделений, 11 кабинетов, 3 административно-хозяйственных и технических службы. Врачи поликлиники оказывают квалифицированную специализированную медицинскую помощь по 29 специальностям. В настоящее время в БУЗ «Поликлиника №2» работают 356 человек: 86 врачей; 173 специалиста со средним медицинским образованием и др.

В табл. 1 представлены цены медицинских учреждений «Сакара» и БУЗ «Поликлиника №2» на сходные основные медицинские услуги.

Отметим, что государственные медицинские учреждения отрасли могут себе позволить применять демпинг цен, поскольку их деятельность финансируется за счёт бюджетных средств и не основывается на маржинальности, то есть получении дохода. Данные табл. 1 свидетельствуют о том, что цены на медицинские услуги «Сакары» значительно превышают цены на услуги БУЗ «Поликлиника №2». Отклонение составляет от +727,2 до 2326,3%, то есть разница более чем в 200 раз. Несмотря на это, медицинские центры «Сакара» почти полностью загружены клиентами, спрос на их услуги растёт, в то

время как оказание платных услуг в БУЗ «Поликлиника №2» находится в зачаточном состоянии и практически не оказывает влияния на формирование доходов учреждения и его конкурентоспособность. Основные причины обращения граждан в частные клиники — отсутствие внимания к ним в государственных медицинских учреждениях и нехватка времени на нахождение в очередях к врачу.

Мы провели исследование отзывов потребителей услуг медицинских учреждений двумя методами: непосредственный опрос клиентов и анализ отзывов в сети Интернет (табл. 2).

Отметим, что на официальном сайте медицинского центра «Сакара» (http://sakamed.ru/o_nas/otzyvy/) размещено 45 положительных отзывов о полученных услугах и врачах, на официальном сайте БУЗ «Поликлиника №2» (<http://pol2-orel.ru/otzyv.php?page=3>) — 24 положительных отзыва о врачах и полученных услугах. Негативных отзывов на официальных сайтах учреждений нет, что, видимо, обусловлено работой модераторов сайтов по формированию положительного имиджа компаний.

Исследование удовлетворённости клиентов медицинских учреждений проводили в период относительно невысокой загруженности врачей (май-июнь), так как в период подъёма инфекционной заболеваемости значительно увеличиваются количество пациентов и загруженность врачей, возможно уменьшение времени приёма на одного больного, следовательно, есть вероятность снижения качества обслуживания.

Метод исследования — анкетирование. Этапы исследования включали составление анкеты, анкетирование пациентов медицинских учреждений, анализ результатов анкетирования. Тип выборки — доступная. Количество опрошенных — 150 человек в каждом учреждении.

Данный метод анкетирования характеризуется рядом достоинств:

- высокой оперативностью получения информации;
- возможностью организации массовых обследований;
- сравнительно малой трудоёмкостью процедуры подготовки и проведения исследований, обработки их результатов;
- отсутствием влияния личности и поведения опрашиваемого на работу респондентов;
- отсутствием субъективного пристрастия исследователя к кому-либо из отвечающих.

В анкете предлагалось ответить на вопросы об удовлетворённости качеством обслуживания и отношением персонала медицинского учреждения, а также оценить по 10-балльной шкале качество полученной услуги, где 10 — полностью удовлетворён, 1 — совершенно не удовлетворён.

После обработки данных получены следующие результаты. Качество обслуживания удовлетворило 76% клиентов БУЗ «Поликлиника №2» и 98% клиентов медицинского центра «Сакара». Отношение персонала удовлетворило 61% посетителей БУЗ «Поликлиника №2» и 94% клиентов «Сакары», не удовлетворёнными отношением к ним персонала остались 39 и 6% соответственно. Качество услуги по 10-балльной шкале оценено на уровне 6,3 балла в БУЗ «Поликлиника №2» и 8,9 балла в «Сакаре».

Возникает закономерный вопрос о несоответствии данных анкетирования и анализа сайтов. Так, по результатам анкетирования клиентов медицинского центра «Сакара» выявлена почти 100% удовлетворённость посетителей оказанными медицинскими услугами, а по отзывам в сети Интернет большая часть клиентов данными услугами и отношением персонала не удовлетворены. В БУЗ «Поликлиника №2» по результатам анкетирования удовлетворены приблизительно 70% посетителей, по отзывам в сети Интернет — только 30% (см. рис. 1). В обоих случаях, то есть и в частной клинике, и в государственном медицинском учреждении, тенденции оценки услуг потребителями сходны, оценки снижаются с течением времени.

Это позволяет нам выделить в исследовании две различные системы результатов — категории «удовлетворение» и «удовлетворённость». В результате анкетирования нами получен сводный показатель удовлетворения, который не совпадает, а точнее противоположен показателю сформированной в последующем удовлетворённости, что обусловлено специфичностью медицинских услуг и их длительностью во времени. Под удовлетворением мы понимаем эмоциональное состояние довольства, вызываемое у человека достижением желаемой цели (в нашем случае — получение медицинской услуги), чувство, которое испытывает пациент вследствие полученной для себя пользы.

При посещении медицинского учреждения человек не может сразу почувствовать и оце-

нить результат. Пациент получает первичное удовлетворение от услуги под влиянием отношения персонала, произведённого впечатления, эргономических и технических факторов (таких, как наличие современного оборудования и стоянки для автомобиля, интерьер и т.д.), назначения лечения, стоимости услуги и др. Результат от назначенного лечения или проведённой процедуры проявляется спустя некоторое время, и тогда появляется удовлетворённость или неудовлетворённость услугой. Причём и удовлетворение и удовлетворённость влияют на решение о вторичном и последующем обращении в конкретное медицинское учреждение, а значит, и на прибыль, и на конкурентное положение компании на рынке медицинских услуг.

Напомним, что категории «удовлетворение» и «удовлетворённость» имеют много общего как в происхождении, так и в отношении их функций. И об удовлетворённости, и об удовлетворении говорят, когда заходит речь:

- 1) об удовлетворении потребностей и достижении целей;
- 2) о выражении отношения к чему-либо, так как оба понятия несут в себе оценку;
- 3) о мотивации, так как оба явления могут участвовать в этом процессе в качестве мотиваторов;
- 4) о выяснении механизмов формирования удовлетворённости, которые нередко подменяются механизмами возникновения удовлетворения [6].

На практике указанные категории фундаментально не совпадают. Понятие удовлетворения применяется при характеристике однократного или краткосрочного действия, в то время, как удовлетворённость раскрывает деятельность, долгосрочные события. Соответственно удовлетворение возникает после одновременного достижения цели и длится недолго, а удовлетворённость закладывается в процессе неоднократного достижения запланированного результата и сохраняется на протяжении длительного времени.

С точки зрения психологии удовлетворение есть эмоциональная реакция, а удовлетворённость выступает как эмоциональная установка, отношение [6]. Удовлетворение — первичный феномен, а удовлетворённость — вторичный. В отличие от удовлетворения, удовлетворённость является социально-экономическим явлением, означающим положительное отношение потребителя к товару (услуге).

Медицинское обслуживание как конкурентная отрасль экономики и социальной сферы может быть охарактеризована совокупностью трудовых и финансовых ресурсов, а также основными фондами и текущими материальными ресурсами, соединение которых создаёт процесс воспроизводства в здравоохранении. Основные фазы этого процесса направлены на получение конечного результата — медицинской услуги.

Потребители медицинских услуг отличаются от потребителей прочих услуг и товаров, так

как в целях сохранения жизни и здоровья часто могут не обращать внимания на возможные финансовые расходы. Удовлетворённость потребителей медицинских услуг наряду с качеством услуги и её стоимостью является одним из факторов конкурентоспособности компании и влияет на неё в части:

- 1) появления многочисленных постоянных потребителей услуги;
- 2) роста количества потребителей и увеличения положительных рекомендаций с их стороны;
- 3) сокращения затрат на привлечение новых клиентов;
- 4) изоляции потребителей от влияния конкурентов [7].

Конкуренция является механизмом и активной функцией развития рынка медицинских услуг [8]. Медицина сегодня развивается стремительными темпами, по данным «РосБизнесКонсалтинга» (РБК), по итогам 2015 г. объём рынка платных медицинских услуг составил почти 507 млрд. рублей, что на 7% больше, чем годом ранее [9]. Темпы роста данного сектора экономики значительно превышают темпы роста других рынков, секторов и отраслей. Основные тенденции рынка платной медицины — расширение профиля оказываемых частными клиниками услуг, а также укрупнение сетей медицинских учреждений.

С нашей точки зрения, удовлетворённость потребителей медицинских услуг обусловлена двумя основными факторами: ориентацией на клиента и выгодой для клиента. Пациент удовлетворён, когда его ожидания совпадают с полученной выгодой, а ориентация на клиента через налаженный диалог формирует лояльность клиента к медицинскому учреждению. Чем больше выгода от использования услуги, тем больше удовлетворённость и выше оценка услуги. Это позволяет выстроить долгосрочные отношения, в которых потребитель благосклонно относится к услуге или учреждению и становится постоянным клиентом.

Очень часто посетители медицинских учреждений связывают состояние здоровья с уважительным и вежливым отношением медицинских сестёр и врачей, а также с эргономикой и эстетикой учреждения. Чем выше потребители медицинских услуг оценивают состояние своего здоровья после посещения медицинских учреждений, тем чаще они рекомендуют эти учреждения своим родственникам и друзьям. Привлечение новых клиентов гораздо затратнее, чем удержание уже существующих. Следовательно, обеспечение удовлетворённости клиентов, особенно постоянных, более выгодно для компании с финансовой точки зрения.

ВЫВОДЫ

1. Первичное удовлетворение и последующая удовлетворённость потребителей медицинских услуг не совпадают по времени и оценке. Медицинские учреждения, как и любые другие

компании, должны постоянно анализировать удовлетворение и удовлетворённость потребителей для более широкого и обоснованного представления об их поведении, предпочтениях и ожиданиях.

2. Исследование, проводимое время от времени, может зависеть от неконтролируемых факторов, в частности от отзывов в средствах массовой информации и сети Интернет, и не позволяет выявить тенденции, складывающиеся на рынке медицинских услуг.

3. Между показателями удовлетворения и удовлетворённости потребителей существует разрыв, обусловленный текущей эффективностью оказания услуг и ожиданиями клиента. Для исследования удовлетворённости можно использовать, например, американский индекс удовлетворённости потребителей, который представляет собой рейтинг, основанный на анализе ожиданий клиентов, воспринимаемого качества, воспринимаемой ценности, претензий потребителей и лояльности клиентов. Результаты исследования удовлетворённости должны послужить началом действий по улучшению эффективности работы с клиентами.

4. Существуют взаимосвязи между удовлетворённостью пациента медицинскими услугами и внимательным отношением к нему медицинского персонала, чистотой отделения. Выявление проблем медицинского учреждения и своевременное их устранение служат одним из действенных механизмов повышения конкурентоспособности.

5. На растущих рынках, к которым относится рынок медицинских услуг в России, удовлетворённость часто не преобразуется в лояльность потребителей и, следовательно, не является источником прибыли. Потребитель может быть удовлетворён предложением, но со временем переходит к конкурентам, предлагающим более привлекательные услуги.

ЛИТЕРАТУРА

1. Болтенкова И.Б., Соболева И.А., Петренко Т.И., Курунова Н.Н. Удовлетворённость потребителей качеством медицинских услуг. *Туберкулёз и болезни лёгких*. 2014; 91 (5): 60–65. [Boltenkova I.B., Soboleva I.A., Petrenko T.I., Kurunova N.N. Users' satisfaction with the quality of medical services. *Tuberkulez i bolezni legkikh*. 2014; 91 (5): 60–65. (In Russ.)]
2. Светличная Т.Г., Цыганова О.А., Зинкевич В.К. Структура удовлетворённости пациентов стационарной медицинской помощью и факторы, её определяющие. *Пробл. стандартизации в здравоохранении*. 2010; (11–12): 27–32. [Svetlichnaya T.G., Tsyganova O.A., Zin'kevich V.K. Structure of patients' satisfaction with inpatient medical care and factors determining it. *Problemy standartizatsii v zdravookhraneni*. 2010; (11–12): 27–32. (In Russ.)]
3. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации: Федеральный закон Российской Федерации №323-ФЗ от 21.11.2011. *Собрание законодательства РФ*. 2011; (49): 4798. [Federal law №323 issued at 21.11.2011 «About the basis of health protection

in Russian Federation». *Collection of Laws of the Russian Federation*, 2011; (49): 4798. (In Russ.)]

4. Официальный сайт многопрофильного медицинского центра «Сакара». http://sakaramed.ru/o_nas/otzyvy/ (дата обращения: 30.09.2016). [Official web-site of multidisciplinary medical center «Sacara». http://sakaramed.ru/o_nas/otzyvy/ (access date: 30.09.2016). (In Russ.)]

5. Официальный сайт БУЗ Орловской области «Поликлиники №2». <http://pol2-orel.ru/otzyw.php?page=3> (дата обращения: 30.09.2016). [Official web-site of BIH of the Orlov Region «Polyclinic №2». <http://pol2-orel.ru/otzyw.php?page=3> (access date: 30.09.2016). (In Russ.)]

6. Сигаева Е.В. Удовлетворённость и удовлетворение. <http://www.b17.ru/article/2390/> (дата обращения: 22.09.2016). [Sigaeva E.V. *Udovletvorennost' i udovletvorenie*. (Contentment and satisfaction.) <http://www.b17.ru/article/2390/> (access date: 22.09.2016). (In Russ.)]

7. Гудименко Г.В. Маркетинговая стратегия создания конкурентных преимуществ банков в сфере потребительского кредитования как механизм управления финансовыми факторами инвестиционного климата регионов. В кн.: *Моделирование управления инвестиционным потенциалом региона на основе систематизации факторов, активизирующих инвес-*

тиционные процессы. Монография. Под общ. ред. Ю.П. Соболевой. Орел: ОрелГИЭТ. 2015; 93–107. [Gudimenko G.V. Marketing strategy of developing competitive advantages for banks in the sphere of consumer credit as a mechanism of management of financial factors of regional investment environment. In: *Modelirovanie upravleniya investitsionnyh potentsialom regiona na osnove sistematzitsii faktorov, aktiviziruyushchikh investitsionnye protsessy. Monografiya*. (Modeling of regional investment potential management based on systemization of factors activating investment resources.) Ed. by Yu.P. Soboleva. Orel: OrelGIET. 2015; 93–107. (In Russ.)]

8. Тогунов И.А. Конкуренция в здравоохранении и медицине. http://www.cfin.ru/management/strategy/health_system.shtml (дата обращения: 20.08.2016). [Togunov I.A. *Competition in health care and medicine*. http://www.cfin.ru/management/strategy/health_system.shtml (access date: 20.08.2016). (In Russ.)]

9. Официальный сайт информационного агентства «РосБизнесКонсалтинг». http://marketing.rbc.ru/reviews/medicine2013/chapter_1_1.shtml (дата обращения: 30.09.2016). [The official web-site of information agency «RosBiznesKonsalting». http://marketing.rbc.ru/reviews/medicine2013/chapter_1_1.shtml (access date: 30.09.2016). (In Russ.)]

УДК 616.314-002: 616.314.17-002.2: 76.35.41: 376.24: 616.5-078

© 2017 Гаджиев Д.Г.

К ПРОБЛЕМЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТОМАТОЛОГИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ СПОРТСМЕНАМ

*Джаванишр Гахраман оглы Гаджиев**

Азербайджанский медицинский университет, г. Баку, Азербайджан

Поступила 19.01.2017; принята в печать 03.02.2017.

Реферат

DOI: 10.17750/KMJ2017-256

Цель. Оценка состояния органов и тканей полости рта профессиональных спортсменов, пользующихся защитными каппами.

Методы. Было проведено стоматологическое обследование 340 профессиональных спортсменов олимпийского резерва в возрасте 18–32 лет с длительностью спортивного стажа 9–13 лет. Изучали влияние пользования спортивными шинами на состояние краевого пародонта и микробную обсеменённость. Изменения в тканях пародонта диагностировали с помощью традиционных методов осмотра, зондирования зубодесневых бороздок, карманов, а также определения подвижности зубов. Контрольную группу составили 20 атлетов, не использовавших спортивные каппы во время тренировок.

Результаты. Были выявлены высокие показатели поражённости кариесом зубов (в среднем у обследованных спортсменов частота кариозных зубов достигает 32,90%), а также достаточно высокий уровень распространённости у них тяжёлых форм заболеваний пародонта. Оценка структуры КПУ (К — количество кариозных, П — пломбированных, У — удалённых зубов) показала существенные недостатки в организации своевременной стоматологической терапевтической помощи профессиональным боксёрам: удельный вес пломбированных зубов у них не превышает в среднем 40,36%. Значительное количество удалённых зубов (более 23%) свидетельствует о том, что обследуемые серьёзно нуждаются в ортопедической стоматологической помощи. У 30 обследованных спортсменов в процессе ношения защитных капп в полости рта были выявлены штаммы *P. gingivalis*, *A. actinomycetemcomitans* и *P. oralis*.

Вывод. Изучение стоматологического статуса профессиональных спортсменов, использующих защитные каппы, показало высокую распространённость воспалительных заболеваний пародонта и низкий уровень гигиенического состояния полости рта.

Ключевые слова: профессиональный спорт, пародонтит, кариес, защитные каппы, микробная обсеменённость полости рта.

ON THE PROBLEM OF IMPROVING DENTAL CARE FOR PROFESSIONAL ATHLETES

Dzh.G. Gadzhiev

Azerbaijan Medical University, Baku, Azerbaijan

Aim. Assessment of organs and tissues of oral cavity of professional athletes who use protective mouth guards.

Methods. Dental examination of 340 professional athletes of Olympic reserve at the age of 18 to 32 years with a duration of sport experience of 9–13 years was performed. We investigated the effect of mouth guards on the condition of the marginal periodontium and microbial contamination. Changes in periodontal tissues were diagnosed by means of