

УДК 614.2:616.5

DOI 10.24412/2312-2935-2023-1-506-522

МЕДИКО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ОБРАЩАЕМОСТИ ПАЦИЕНТОВ В КЛИНИКУ КОСМЕТОЛОГИИ

О.А. Колсанова¹, С.А. Суслин²

¹Клиника красоты и здоровья «Нью Лайф», г. Самара

²ФГБОУ ВО «Самарский государственный медицинский университет» Министерства
здравоохранения Российской Федерации, г. Самара

Введение. Косметология - одна из наиболее активно развивающихся отраслей медицины, однако, как вид медицинской деятельности, она не вносит пока существенный вклад в статистическую отчетность, поэтому необходимо на уровне медицинской организации изучать различные параметры обращаемости пациентов, анализ которой, кроме статистического, имеет важное медико-организационное значение для медицинских организаций косметологического профиля.

Цель: изучить медико-организационные аспекты обращаемости пациентов в клинику косметологии на современном этапе.

Материалы и методы. Исследование проведено на базе Клиники «Нью Лайф» (г. Самара), работающей на рынке косметологических услуг свыше 15 лет. По специально разработанной программе проведено социологическое исследование 348 пациентов Клиники в возрасте 18 лет и старше. Анкетирование пациентов проводилось дистанционно через google-форму, включающую 16 открытых и закрытых вопросов по различным аспектам обращаемости пациентов в косметологическую клинику. Использованы аналитический, социологический и статистический методы исследования.

Результаты и обсуждение. Значительная часть (61,5%) пациентов, обратившихся в клинику косметологии, относится к лицам в возрасте от 18 до 44 лет, отмечается достаточно большая доля мужчин (27,6%), свыше половины (56,3%) пациентов – работающие лица трудоспособного возраста. Основные причины обращения – наличие эстетических проблем кожи (26,4% ответов), акне (20,4%), возрастные изменения кожи (12,6%). Основными источниками информации о косметологической клинике являются родственники, друзья и знакомые (51,4% ответов), социальные сети (33,0), интерес к определенному врачу (25,0%). Надежда на качественное (4,83 балла) и комфортное (4,76 балла) обслуживание – важнейшие факторы выбора клиники. Наиболее значимыми для пациентов критериями качества медицинского обслуживания являются поведение медицинского персонала (4,80 баллов), поведение администраторов (4,74 балла), возможность быстро связаться с регистратурой клиники (4,63 балла). Среди факторов взаимодействия пациентов с клиникой наиболее важными оказались состояние туалетов (4,78 балла) и комфортное ожидание приема (4,62 балла). Большинство (80,5%) пациентов не откажутся от услуг клиники косметологии, если цена на услуги поднимется на 10%, но в то же время, при повышении стоимости услуг на 75% останутся лояльными клинике всего 12,7% пациентов.

Выводы. Необходимо глубокое изучение показателей деятельности медицинской организации косметологического профиля, связанных с обращаемостью пациентов, с целью качественной оценки работы всех ее служб, управление которыми должно быть предсказуемым, плановым, системным. Такое изучение возможно только при анализе

показателей работы клиники косметологии, которые видны не только изнутри – руководителем и коллективом медицинских работников, но и снаружи – пациентами клиники, что обеспечивается социологическим подходом.

Ключевые слова: обращаемость, косметология, эстетическая медицина, организация медицинской помощи, клиника косметологии

MEDICAL AND ORGANIZATIONAL ASPECTS OF PATIENT APPEAL TO THE COSMETOLOGY CLINIC

¹Kolsanova O.A., ²Suslin S.A.

¹*Clinic of beauty and health "New Life", Samara*

²*Samara State Medical University of the Ministry of Health of the Russian Federation, Samara*

Introduction. Cosmetology is one of the most actively developing branches of medicine, however, as a type of medical activity, it does not yet make a significant contribution to statistical reporting, therefore it is necessary to study various parameters of patient appeal at the level of a medical organization, the analysis of which, in addition to statistical, has important medical and organizational significance for medical organizations of a cosmetological profile.

Purpose: to study the medical and organizational aspects of patients' access to the cosmetology clinic at the present stage.

Materials and methods. The study was conducted on the basis of the New Life Clinic (Samara), which has been operating in the market of cosmetology services for over 15 years. According to a specially developed program, a sociological study of 348 patients of the Clinic aged 18 years and older was conducted. The survey of patients was conducted remotely via a Google form, which included 16 open and closed questions on various aspects of patients' access to a cosmetology clinic. Analytical, sociological and statistical research methods were used.

Results and discussion. A significant part (61.5%) of patients who applied to the cosmetology clinic belong to persons aged 18 to 44 years, there is a fairly large proportion of men (27.6%), more than half (56.3%) of patients are working people of working age. The main reasons for treatment are the presence of aesthetic skin problems (26.4% of responses), acne (20.4%), age-related skin changes (12.6%), The main sources of information about the cosmetology clinic are relatives, friends and acquaintances (51.4% of responses), social networks (33.0), interest in a particular doctor (25.0%). The hope for high-quality (4.83 points) and comfortable (4.76 points) service are the most important factors in choosing a clinic. The most significant criteria for the quality of medical care for patients are the behavior of medical personnel (4.80 points), the behavior of administrators (4.74 points), the ability to quickly contact the clinic's registry (4.63 points). Among the factors of interaction between patients and the clinic, the most important were the state of toilets (4.78 points) and comfortable waiting for admission (4.62 points). The majority (80.5%) of patients will not refuse the services of the cosmetology clinic if the price of services rises by 10%, but at the same time, with an increase in the cost of services by 75%, only 12.7% of patients will remain loyal to the clinic.

Conclusions. It is necessary to study in-depth the performance indicators of a medical organization of a cosmetological profile related to the circulation of patients in order to qualitatively assess the work of all its services, the management of which should be predictable, planned, systematic. Such a study is possible only when analyzing the performance indicators of the cosmetology clinic, which

are visible not only from the inside – by the head and the team of medical workers, but also from the outside – by the patients of the clinic, which is provided by a sociological approach.

Keywords: appeal, cosmetology, aesthetic medicine, organization of medical care, cosmetology clinic

Введение. Косметология - одна из наиболее активно развивающихся отраслей медицины, однако, как вид медицинской деятельности, она не вносит пока существенный вклад в статистическую отчетность, несмотря на то, что это регламентировано Федеральной службой государственной статистики приказом от 20 декабря 2021 года № 932 «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения с указаниями по их заполнению для организации Министерством здравоохранения Российской Федерации федерального статистического наблюдения в сфере охраны здоровья» [1].

Так, медицинские организации, оказывающие медицинскую помощь по профилю «косметология», должны указывать в общем отчете количество работающих косметологов, с наличием сертификата специалиста или свидетельства об аккредитации специалиста; квалификационную категорию (при наличии); количество медицинских сестер по косметологии, число посещений. В статистическом отчете указываются также соответствующие заболевания пациентов с болезнями кожи и подкожной клетчатки (код по Международной классификации болезней X пересмотра (МКБ-10) L00-L98).

В связи с тем, что полноценная статистическая картина по косметологической деятельности представлена недостаточно, руководителям данных клиник, главным врачам важно хотя бы на примере своей медицинской организации оценивать поток пациентов, их возраст, заболевания, по поводу которых они обращаются и другие параметры. Особое значение это будет иметь после одобрения рабочей группой Научно-практического совета Министерства здравоохранения Российской Федерации клинических рекомендаций по косметологии. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 28 февраля 2019 г. № 103н «Об утверждении порядка и сроков разработки клинических рекомендаций, их пересмотра, типовой формы клинических рекомендаций и требований к их структуре, составу и научной обоснованности включаемой в клинические рекомендации информации» содержит требования к качеству оказания медицинской услуги: «критерии оценки качества медицинской помощи, включаемые в раздел XII «Критерии оценки качества медицинской помощи», формулируются как выполнение в полном объеме соответствующих тезисов-рекомендаций, изложенных в тексте клинических рекомендаций». Таким образом, с момента

одобрения клинических рекомендаций по косметологии увеличивается количество критериев оценки качества оказания медицинской помощи.

Еще два важнейших критерия содержатся в приказе Министерства здравоохранения РФ от 10 мая 2017 г. № 203н «Об утверждении критериев оценки качества медицинской помощи»: заполнение всех разделов медицинской карты и дача информированного добровольного согласия.

Кроме того, в проектах, разрабатываемых Научным центром дерматовенерологии и косметологии Минздрава РФ, содержится информация о необходимом стандарте оснащения кабинетов медицинской организации для оказания услуг в соответствии с клиническими рекомендациями. Клиникам косметологии в ближайшем будущем необходимо будет оценить свой арсенал с точки зрения материального оснащения услуг, которые будут оказываться по клиническим рекомендациям. Таким образом, анализ обращаемости пациентов, кроме статистического, имеет и важное медико-организационное значение для медицинских организаций косметологического профиля [2].

Цель исследования – изучить медико-организационные аспекты обращаемости пациентов в клинику косметологии на современном этапе.

Материал и методы. Исследование проведено на базе Клиники «Нью Лайф» (г. Самара), работающей на рынке косметологических услуг свыше 15 лет. Клиника выполняет такие виды деятельности, как: оказание первичной доврачебной медико-санитарной помощи в амбулаторных условиях (операционное дело, сестринское дело, сестринское дело в косметологии); оказание первичной специализированной медико-санитарной помощи в амбулаторных условиях (акушерство и гинекология, кроме вспомогательных репродуктивных технологий и искусственного прерывания беременности; дерматовенерология, косметология, организация здравоохранения и общественное здоровье; пластическая хирургия, ультразвуковая диагностика, физиотерапия, хирургия). В штатном расписании Клиники - девять врачей-косметологов, также средний и младший медицинский и прочий персонал.

По специально разработанной программе проведено социологическое исследование 348 пациентов Клиники в возрасте 18 лет и старше. Анкетирование пациентов проводилось дистанционно через google-форму, включающую 16 открытых и закрытых вопросов по различным аспектам обращаемости пациентов в косметологическую клинику. Используются аналитический, социологический и статистический методы исследования. Данное

исследование продолжает изучение различных аспектов обращаемости пациентов в клинику косметологии [3].

Результаты и обсуждение. Возраст пациента в косметологии имеет большое значение, поскольку причина обращения за медицинскими услугами у пациентов разных возрастов может отличаться. Если в более молодом возрасте мужчин и женщин привлекает коррекция эстетических недоостатков, то в более зрелом – антивозрастная медицина, борьба со старением кожи. Характерно, что на вопрос о своем возрасте пациенты клиники отвечают наименее охотно, что объяснимо, поскольку именно в связи с желанием «забыть о возрасте» они и приходят к врачу-косметологу. Итак, 61,5% обратившихся в Клинику относятся к пациентам в возрасте от 18 до 44 лет, 29,6% – 45-59 лет, еще 8,9% пациентов относятся к группе лиц 60-74 года. За основу распределения пациентов была взята возрастная периодизация Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), согласно которой возраст 18-44 лет относится к периоду молодости, 44-60 лет - среднему возрасту, 60-74 лет – пожилому возрасту, 75-89 лет - старческому периоду и 90 лет и старше – долгожительству (рисунок 1).

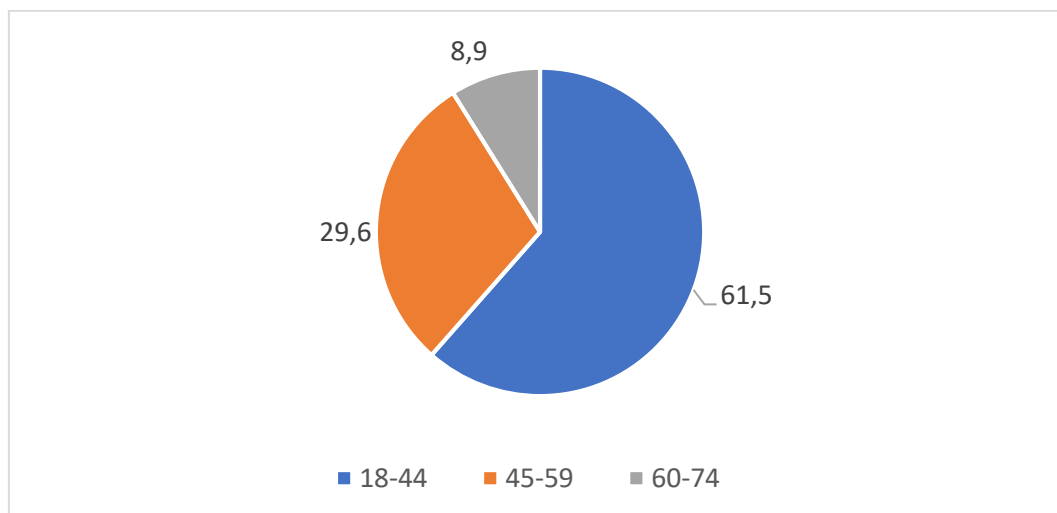


Рисунок 1. Распределение пациентов клиники косметологии по возрастным группам (в % на 100 опрошенных)

Передвинув возрастную планку молодости, Всемирная организация здравоохранения в дальнейшем подготовила Глобальный доклад о проблеме эйджизма (дискриминации человека на основании его возраста). Согласно данным о распространенности проблемы эйджизма, полученным в результате опроса 83034 человек в 57 странах, каждый второй человек в умеренной или значительной степени придерживается эйджистских взглядов (то есть

подвержен стереотипам и предрассудкам), что в перспективе может отразиться на повышении значимости антивозрастных косметологических услуг [4].

Врачи-косметологи, принимающие пациентов среднего возраста (45-59 лет), сталкиваются с психологической проблемой боязни старости. Однако само понятие антивозрастной медицины в России еще не сформировалось в качестве отдельного направления. В профессиональном стандарте врача-косметолога, утвержденном приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 13 января 2021 г. № 2н «Об утверждении профессионального стандарта «Врач-косметолог», описываются следующие трудовые функции:

- информирование пациента о процедурах для самостоятельного выполнения в домашних условиях; разработка рекомендаций по уходу за покровными тканями организма, в том числе обучение пациента необходимым гигиеническим навыкам;
- информирование пациента о негативном воздействии факторов окружающей среды на кожу;
- разработка программ индивидуального здорового образа жизни, в том числе программы профилактики преждевременного и естественного старения кожи и ее придатков, подкожной жировой клетчатки и мышечного аппарата, программы снижения потребления алкоголя и табака, оптимизации физической активности, рационального питания, нормализации индекса массы тела;
- разработка рекомендаций по применению косметических средств для использования в домашних условиях;
- назначение косметических средств для защиты от ультрафиолетового излучения;
- направление пациентов к врачам-специалистам для коррекции соматических заболеваний внутренних органов и систем, приводящих к преждевременному старению;
- назначение диетотерапии.

Данные функции опосредовано можно отнести к антивозрастной медицине. Также активно в косметологии стали использовать так называемые генетические паспорта кожи, когда пациент сдает биоматериал в специальную лабораторию, которая в последующем присылает расширенный комментарий для врача. На основании такого комментария врач-косметолог мог бы составить разрешенную профессиональным стандартом «программу профилактики преждевременного и естественного старения кожи и ее придатков, подкожной жировой клетчатки и мышечного аппарата, программы снижения потребления алкоголя и

табака, оптимизации физической активности, рационального питания, нормализации индекса массы тела». Однако здесь косметологические клиники столкнулись с противодействием контролирующих органов, поскольку обследование больных с применением специальных генетических методов (цитогенетические, биохимические, иммунологические, молекулярно-генетические), осуществление забора биологического материала для проведения лабораторных и молекулярно-генетических исследований осуществляет врач-генетик.

Вызывает интерес распределение пациентов по половому признаку (рисунок 2).

Как видим, более четверти пациентов (27,6%) – лица мужского пола. Эта цифра должна заставить руководителей медицинских организаций иначе взглянуть на инструменты продвижения косметологических услуг. Ранее каналы рекламы были направлены преимущественно на женщин, теперь ситуация изменилась, а вместе с ней должна меняться и маркетинговая стратегия.



Рисунок 2. Распределение пациентов клиники косметологии по полу
(в % на 100 опрошенных)

При анализе обращаемости и последующего планировании методов продвижения клиники косметологии необходимо также учитывать и социальный статус пациентов. В нашем исследовании более половины пациентов (56,3%) – работающие люди не пенсионного возраста, что заставляет руководителя среди методов коррекции эстетических недостатков выбирать те, что не требуют длительного восстановления, отказа от публичности пациентов. При этом внедрение более агрессивных методов позволяет руководителям клиник задумываться о лицензировании экспертизы временной нетрудоспособности. Каждый шестой

пациент (17,0%) относится к неработающей группе трудоспособного возраста. Еще почти столько же пациентов (16,7%) – это студенты. Достаточно малочисленную группу пациентов составляют неработающие пенсионеры (6,3%), остальные пациенты (3,7%) – прочие категории населения (рисунок 3).

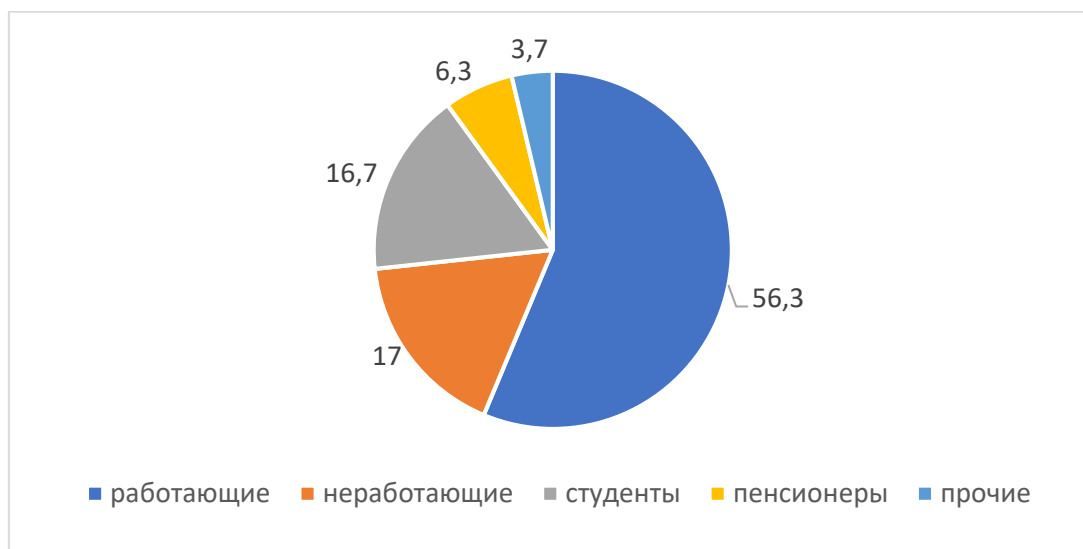


Рисунок 3. Социальный статус пациентов клиники косметологии (в % на 100 опрошенных)

Для планирования работы медицинской организации важно также определить, с какой эстетической проблемой обращается пациент в клинику косметологии. В опросе присутствовала следующая градация основных причин обращения проблемного характера: эстетические проблемы; проблемы волосистой части головы; пигментация; возрастные проблемы; сосудистые изменения; доброкачественные образования кожи; акне; другое (рисунок 4).

Как видим, четвертая часть обратившихся (26,7%) видит у себя эстетическую проблему, но пока не может ее сформулировать. Здесь при организации медицинских услуг необходимо обращать внимание на качество диагностики в кабинете врача-косметолога. В соответствии с приказом Минздравсоцразвития России от 18.04.2012 г. № 381н «Об утверждении Порядка оказания медицинской помощи населению по профилю «косметология»» в кабинете врачебного приема врач-косметолог может осуществлять следующие трудовые функции: консультирование пациентов; их обследование с проведением дерматоскопии; измерения количества поверхностного сала и активности сальных желез - себуметрии; исследования десквамации, пигментации, трансдермальной потери жидкости, эластичности кожи; рН-метрии кожи; профилографии, ультразвукового исследования эпидермиса, дермы, гиподермы, сосудов кожи и подкожной клетчатки, поверхностных мышц.

Особое внимание следует обратить на метод ультразвукового исследования эпидермиса, дермы, гиподермы, сосудов кожи и подкожной клетчатки, поверхностных мышц. Он очень востребован при лечении осложнений, связанных с контурной пластикой, постановкой косметологических подтягивающих нитей (коды осложнений по МКБ-10: Т80.8 - Другие осложнения, связанные с инфузией, трансфузией и лечебной инъекцией; Т80.9 - Осложнение, связанное с инфузией, трансфузией и лечебной инъекцией неуточненное; L98.6 — Другие инфильтративные болезни кожи и подкожной клетчатки и т.д.). Для осуществления ультразвуковой диагностики клиникам косметологии необходимо получить лицензию на этот вид медицинской деятельности, взять в штат врача-специалиста, чья квалификация соответствует приказу Минздрава России от 08.10.2015 г. № 707н «Об утверждении Квалификационных требований к медицинским и фармацевтическим работникам с высшим образованием по направлению подготовки «Здравоохранение и медицинские науки»».

Клиника «Нью Лайф» данные условия выполнила и имеет право проводить ультразвуковое исследование эпидермиса, дермы, гиподермы, сосудов кожи и подкожной клетчатки, поверхностных мышц в соответствии с приказом Министерства здравоохранения РФ от 8 июня 2020 г. № 557н «Об утверждении Правил проведения ультразвуковых исследований».

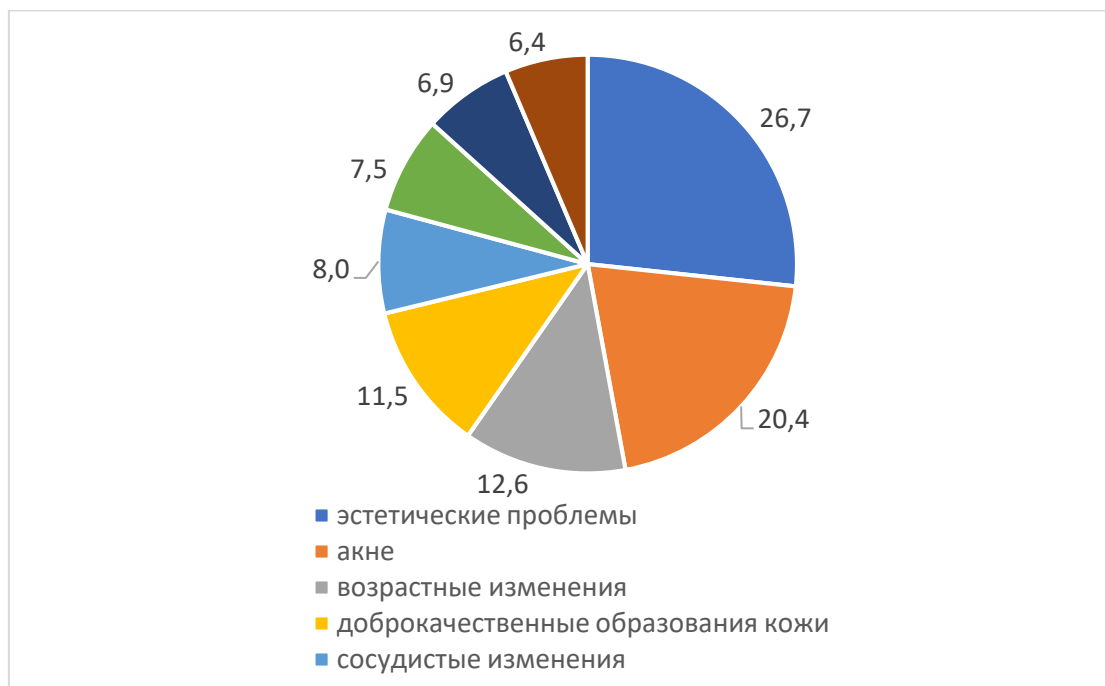


Рисунок 4. Основные причины обращения пациентов клинику косметологии
(в % на 100 опрошенных)

Важными основными причинами обращения в клинику косметологии также являются наличие акне (20,4% причин), возрастных изменений (12,6%), доброкачественных образований кожи (11,5%), сосудистых изменений (8,0%), пигментации (7,5%), проблем волосистой части головы (6,9%) и других факторов (6,4%).

Выше уже говорилось о развитии каналов продвижения медицинских услуг организации, в связи с этим интересно узнать ответы пациентов на вопрос, откуда они узнали о клинике косметологии.

Обратим внимание, что рекомендации родных, близких, знакомых, которые уже доверили свое здоровье медицинской организации «Нью Лайф» выходят на первое место (51,4% опрошенных). Вторым основным источником информации о косметологической клинике являются социальные сети (33,0% опрошенных). На третьем месте у пациентов идет интерес к определенному врачу (25,0%), что приводит руководителей к мысли о плановом продвижении личного бренда конкретного медицинского работника. Также важным источником информации являются запросы в поисковых системах Интернета, на что указывает почти четверть опрошенных (22,4%).

Далее с большим отрывом идут другие источники информации, причем все они связаны с рекламой: реклама в социальных сетях (6,0% ответов), наружная реклама (рекламные щиты, экраны, указатели и пр. (2,3%), реклама в поисковых системах Интернета (2,0%), печатная реклама (журналы, листовки, открытки и др.) (0,6%) (рисунок 5).



Рисунок 5. Основные источники информации пациентов о клинике косметологии
(в % на 100 опрошенных)

Далее пациенты ответили на вопрос о том, впервые ли они обратились в клинику, и мы видим, что число повторных обращений (48,0%) лишь ненамного отстает от числа первичных пациентов (52,0%).

Важным аспектом обращаемости пациентов в клинику косметологии является причина выбора данной медицинской организации. Как правило, пациенты выбирают, учитывая несколько различных факторов и их соотношение также имеет значение для дальнейшего планирования работы медицинской организации.

Мы предложили пациентам целый ряд критериев выбора медицинской организации, попросив оценить их значимость по пятибалльной шкале, где одному баллу соответствует самое низкое значение критерия, пяти баллов – самое высокое).

Как видим, надежда на качественное (4,83 балла) и комфортное (4,76 балла) обслуживание лидирует среди других критериев. Несколько менее важными для пациентов являются рекомендации родственников, друзей и знакомых (4,34 балла), удобство расположения (4,29 балла) и наличие ценовых скидок (4,18 балла).

В меньшей степени при выборе клиники косметологии пациенты учитывают такие критерии как рекомендации врачей (3,99 балла), рекламу (3,96 балла) и предыдущий негативный опыт взаимодействия с государственными учреждениями здравоохранения (3,41 балла) (таблица 1).

Таблица 1

Основные критерии выбора клиники косметологии
и их значимость в баллах (по мнению пациентов)

№	Критерии выбора Клиники	Значимость (среднее значение в баллах)
1.	Надежда на качественное обслуживание	4,83
2.	Надежда на комфортное обслуживание	4,76
3.	Рекомендации родственников, друзей и знакомых	4,34
4.	Удобство расположения	4,29
5.	Наличие ценовых скидок	4,18
6.	Рекомендации врачей	3,99
7.	Реклама	3,96
8.	Негативный опыт взаимодействия с государственными учреждениями здравоохранения	3,41

Какими критериями должны обладать медицинские косметологические услуги, по мнению пациентов, с позиции обеспечения качества оказания медицинской помощи? Нами было предложено оценить по 5-бальной шкале (где один балл - самое низкое значение, пять баллов – самое высокое) значимость таких признаков для пациентов. Было предложено 15 критериев. Наиболее важными для пациентов являются такие критерии, как поведение медицинского персонала (4,80 баллов), поведение администраторов (4,74 балла), возможность быстро связаться с регистратурой клиники (4,63 балла). Также весьма важно, по мнению пациентов, обеспечение внешнего вида медицинского персонала (4,33 балла), реализация возможности дистанционной записи на прием (4,30 балла), возможность дистанционной записи в клинику (4,25 балла).

В то же время, такие критерии, как внешний вид администраторов (4,08 балла), оформление внутренних помещений клиники (3,98 балла), наличие «статусных» признаков врача (3,91 балла) имеют важное, но не определяющее значение для обеспечения качества медицинской помощи в клинике косметологии.

В значительно меньшей степени пациенты обращают внимание на такие критерии, как наружное оформление входа в клинику (3,19 балла), среднюю стоимость медицинской услуги (3,17 балла), оформление территории перед клиникой (3,13 балла). Наконец, есть ряд критериев, наличие которых скорее заставит задуматься пациентов о выборе данной медицинской организации. К таким критериям относятся: наличие клиентов, ожидающих прием (2,95 балла), низкая стоимость медицинской услуги (2,88 балла), высокая стоимость медицинской услуги (2,77 балла) (таблица 2).

Таким образом, обращаем внимание на тот факт, что поведение медицинского персонала и администраторов в первую очередь убеждают пациентов в том, что услуга будет оказана качественно. Анализ данных по выбору стоимости услуг показывает, что пациент с сомнением относится к низкой стоимости услуг и не готов платить цену выше рыночной. Средняя по рынку цена его вполне устраивает.

Далее пациентам было предложено определить значимость критериев взаимодействия с клиникой косметологии при ее посещении в баллах по 5-бальной шкале (где один балл имеет самое низкое значение, пять баллов – самое высокое значение). Для пациентов очень важным оказалось состояние туалетов (4,78 балла) и комфортное ожидание приема (4,62 балла). Кроме того, пациенты обращают особое внимание на удобную форму записи на прием с

подтверждением самостоятельной записи (4,44 балла) и напоминание о приеме посредством электронных носителей информации (4,39 балла).

Таблица 2

Основные критерии услуг с позиции обеспечения качества медицинской помощи
 в клинике косметологии и их значимость в баллах (по мнению пациентов)

№	Критерии услуг по обеспечению качества медицинской помощи в клинике	Значимость (среднее значение в баллах)
1.	Поведение медицинского персонала	4,80
2.	Поведение администраторов	4,74
3.	Возможность быстро дозвониться до регистратуры	4,63
4.	Внешний вид медицинского персонала	4,33
5.	Реализация возможности дистанционной записи на прием	4,30
6.	Возможность дистанционного обращения в клинику	4,25
7.	Внешний вид администраторов	4,08
8.	Оформление внутренних помещений (рецепция, коридоры, места для ожидания приема)	3,98
9.	Наличие «статусных» признаков врача (возраст, наличие ученой степени, квалификационной категории, сертификатов и т.д.)	3,91
10.	Наружное оформление входа в клинику	3,19
11.	Средняя стоимость медицинской услуги	3,17
12.	Оформление территории перед клиникой (ухаженность территории, например наличие клумб, газона, растений, деревьев и т.д.)	3,13
13.	Наличие клиентов, ожидающих прием	2,95
14.	Низкая стоимость медицинской услуги	2,88
15.	Высокая стоимость медицинской услуги	2,77

Такие критерии, как доступность клиники для подъезда на общественном транспорте или личном автомобиле (4,09 баллов) и наличие для пациентов доступа в интернет (4,02 балла) играют для респондентов несколько меньшее значение. Наименее важными оказались такие критерии как напоминание о приеме звонком (3,90 балла) и наличие собственной парковки для автомобилей пациентов клиники (3,48 балла) (таблица 3).

Таким образом, состояние туалетов оказалось для пациентов главной характеристикой, подтверждающей, что в клинике чистота осуществляется не на показ.

Но о каких бы критериях качества мы не рассуждали, для платной медицины стоимость услуги остается важным фактором привлечения и удержания пациентов. Лояльность многих

посетителей проходит испытание повышением цен на услуги, без которого клиника косметологии будет обречена на закрытие, поскольку жестко зависит от стоимости косметологических препаратов, стоимости расходных материалов для приборов аппаратной косметологии и т.п.

Таблица 3

Основные критерии взаимодействия с клиникой косметологии при ее посещении
и их значимость в баллах (по мнению пациентов)

№	Критерии взаимодействия с клиникой при ее посещении	Значимость (среднее значение в баллах)
1.	Состояние туалетов	4,78
2.	Комфортное ожидание приема	4,62
3.	Удобная форма записи на прием с подтверждением самостоятельной записи	4,44
4.	Напоминание о приеме по смс или в мессенджере	4,39
5.	Доступность клиники для подъезда на общественном транспорте или личном автомобиле	4,09
6.	Наличие доступа в интернет для пациентов	4,02
7.	Напоминание о приеме звонком	3,90
8.	Наличие собственной парковки для автомобилей пациентов клиники	3,48

Так, 80,5% пациентов не откажутся от услуг клиники косметологии, если цена на услуги поднимется на 10%, и только 41,4% пациентов не откажется от посещения клиники косметологии, если цена поднимется на 25%. Лишь 17,5% пациентов будет посещать клинику и получать в ней медицинские услуги, если цена поднимется на 50%. При повышении стоимости услуг на 75% останутся лояльными клинике всего 12,7% пациентов (рисунок 6).

Вместе с тем, снижение стоимости услуг является важным, но не определяющим фактором при получении услуг в клинике косметологии. Так, снижение стоимости услуг на 10% будет решающим фактором при принятии решения о получении медицинских услуг для 62,4% пациентов. Но при снижении стоимости услуг даже на 50% данный факт окажет решающее воздействие только на 77,3% пациентов.

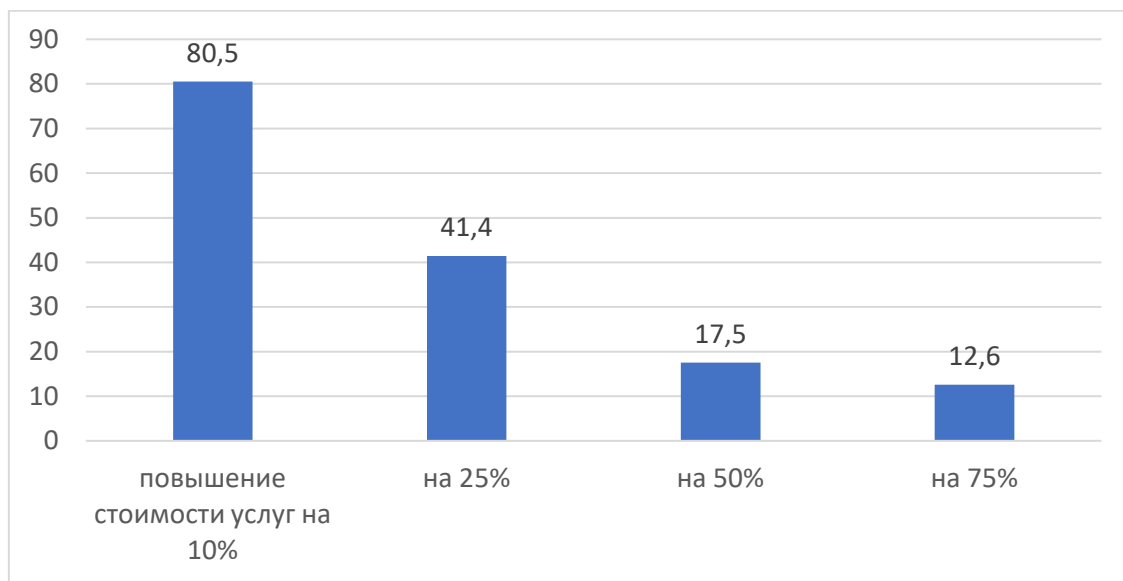


Рисунок 6. Доля пациентов клиники косметологии, которые не откажутся от ее посещения при повышении стоимости услуг на 10%, 25%, 50% и 75% (в % на 100 опрошенных)

Выводы. Значительная часть (61,5%) пациентов, обратившихся в клинику косметологии, относится к лицам в возрасте от 18 до 44 лет, отмечается достаточно большая доля мужчин (27,6%), свыше половины (56,3%) пациентов – работающие лица трудоспособного возраста. Основные причины обращения – наличие эстетических проблем (26,4% ответов), акне (20,4%), возрастных изменений кожи (12,6%), Основными источниками информации о косметологической клинике являются родственники, друзья и знакомые (51,4% ответов), социальные сети (33,0), интерес к определенному врачу (25,0%). Надежда на качественное (4,83 балла) и комфортное (4,76 балла) обслуживание – важнейшие факторы выбора клиники. Наиболее значимыми для пациентов критериями качества медицинского обслуживания являются поведение медицинского персонала (4,80 баллов), поведение администраторов (4,74 балла), возможность быстро связаться с регистратурой клиники (4,63 балла). Среди факторов взаимодействия пациентов с клиникой наиболее важными оказались состояние туалетов (4,78 балла) и комфортное ожидание приема (4,62 балла).

Большинство (80,5%) пациентов не откажутся от услуг клиники косметологии, если цена на услуги поднимется на 10%, но в то же время, при повышении стоимости услуг на 75% останутся лояльными клинике всего 12,7% пациентов.

Необходимо глубокое изучение показателей деятельности медицинской организации косметологического профиля, связанных с обращаемостью пациентов, с целью качественной

оценки работы всех ее служб, управление которыми должно быть предсказуемым, плановым, системным. Такое изучение возможно только при анализе показателей работы клиники косметологии, которые видны не только изнутри – руководителем и коллективом медицинских работников, но и снаружи – пациентами клиники, что обеспечивается социологическим подходом.

Список литературы

1. Колсанова О.А., Кубанов А.А., Чертухина О.Б., Суслин С.А. Формирование и развитие косметологии в России. Современные проблемы здравоохранения и медицинской статистики. 2022; 3: 493-515.
2. Проекты клинических рекомендаций. Научный центр дерматовенерологии и косметологии Минздрава РФ. URL: https://www.cnikvi.ru/docs/clinic_recs/klinicheskie-rekomendatsii-2019-2020/. Ссылка активна на 02.02.2023.
3. Кубанов А.А., Колсанова О.А., Суслин С.А. Медико-социальные аспекты обращаемости пациентов в косметологическую клинику. Современные проблемы здравоохранения и медицинской статистики. 2022; 4: 469-485.
4. Всемирная организация здравоохранения. Глобальный доклад о проблеме эйджизма. URL: <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/9/3159>. Ссылка активна на 03.02.2023.

References

1. Kolsanova O.A., Kubanov A.A., Chertuxina O.B., Suslin S.A. Formirovanie i razvitie kosmetologii v Rossii [Formation and development of cosmetology in Russia]. Sovremennyye problemy` zdravooshraneniya i medicinskoj statistiki [Modern problems of healthcare and medical statistics]. 2022; 3: 493-515. (In Russian).
2. Proekty` klinicheskix rekomendacij. Nauchny`j centr dermatovenerologii i kosmetologii Minzdrava RF [Draft of clinical recommendations. Scientific Center of Dermatovenerology and Cosmetology of the Ministry of Health of the Russian Federation.]. URL: https://www.cnikvi.ru/docs/clinic_recs/klinicheskie-rekomendatsii-2019-2020/. Ssy`lka aktivna na 02.02.2023. (In Russian).
3. Kubanov A.A., Kolsanova O.A., Suslin S.A. Mediko-social`ny`e aspekty` obrashhaemosti pacientov v kosmetologicheskuyu kliniku [Medical and social aspects of patients' referral to a

cosmetology clinic]. *Sovremennyye problemy` zdravooxraneniya i medicinskoj statistiki* [Modern problems of healthcare and medical statistics]. 2022; 4: 469-485. (In Russian).

4. Vsemirnaya organizaciya zdravooxraneniya. Global`ny`j doklad o probleme e`jdzhizma [World Health Organization. Global report on the problem of ageism]. URL: <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/9/3159>. Ssy`lka aktivna na 03.02.2023. (In Russian).

Финансирование. Исследование не имело спонсорской поддержки.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Acknowledgments. The study did not have sponsorship.

Conflict of interests. The authors declare no conflict of interest.

Сведения об авторах

Колсанова Ольга Александровна – кандидат медицинских наук, директор Клиники красоты и здоровья «Нью Лайф», главный внештатный врач косметолог министерства здравоохранения Самарской области, 443110, Россия, Самара, ул. Ново-Садовая, 31. E-mail: kosmetologso@mail.ru. ORCID: 0000-0002-0301-6310, SPIN: 6128-3388

Суслин Сергей Александрович — доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой общественного здоровья и здравоохранения ФГБОУ ВО «Самарский государственный медицинский университет» Минздрава России. 443001, Россия, Самара, ул. Арцыбушевская, 171. E-mail: sasuslin@mail.ru. ORCID: 0000-0003-2277-216X. SPIN: 9521-6510

Information about authors

Kolsanova Olga A. – Candidate of Medical Sciences, Director of the Beauty and Health Clinic "New Life", chief freelance cosmetologist of the Ministry of Health of the Samara region, 443110, Russia, Samara, Novo-Sadovaya str., 31. E-mail: kosmetologso@mail.ru. ORCID: 0000-0002-0301-6310, SPIN: 6128-3388

Suslin Sergey A. — Doctor of Medical Sciences, Professor, Head of the Department of Public Health and Public Health of the Samara State Medical University of the Ministry of Health of Russia. 171 Artsybushevskaya str., Samara, 443001, Russia. E-mail: sasuslin@mail.ru. ORCID: 0000-0003-2277-216X. SPIN: 9521-6510

Статья получена: 28.12.2022 г.

Принята к публикации: 29.03.2023 г.