

„Zagrożenia dla konkurencji na rynku prywatnych usług medycznych. Skutki dla pacjentów”.

Zagrożenia dla konkurencji na rynku prywatnych usług medycznych.
Skutki dla pacjentów

„Zagrożenia dla konkurencji na rynku prywatnych usług medycznych. Skutki dla pacjentów”.



INSTYTUT GLOBALIZACJI
www.globalizacja.org

Analizy Instytutu Globalizacji

Grudzień 2008

Najważniejsze wnioski:

- Problem oligopolu jest często spotykany na rynku. Oligopol to kilku oferentów, oferujących identyczne lub zróżnicowane produkty, w zależności od decyzji cenowych konkurentów. Oligopolisci mogą nie stosować konkurencji cenowej, bądź jakościowej, zadowolając się reagowaniem zmianą ceny ze względu na decyzje innych oferentów.
- Sytuacja jest zarówno niekorzystna dla klienta (mała konkurencja). Jak i dla innych oferentów (ograniczone wejście na rynek). W praktyce oligopolisci mogą zachowywać się więc jak monopolisci, wykorzystując warunki mniejszej konkurencji. Oligopolista może ograniczać ofertę i znacznie zawyżać ceny.
- W 2007 r. z usług prywatnych placówek ochrony zdrowia skorzystało ponad 1,5 mln pacjentów. W tym roku szacuje się, że liczba ta oscyluje wokół 2 mln pacjentów. Z szacunków Instytutu Globalizacji wynika, że udział prywatnych szpitali, liczony liczbą hospitalizacji, może w 2009 r. przekroczyć 10 proc.
- Na rynku prywatnych centrów medycznych zaczyna dominować tendencja silnie oligopolistyczna. Coraz więcej firm medycznych jest skupowanych przez fundusze inwestycyjne. Rozpatrując skutki takiej sytuacji z punktu widzenia indywidualnego pacjenta, nie jest to sytuacja korzystna z powodu braku konkurencji cenowej i ograniczonej konkurencji jakościowej.
- Wzrost cen na rynku, brak poprawy, a nawet pogorszenie się jakości usług (kolejki do specjalistów, długi czas oczekiwania na zabiegi), pogorszenie oferty (uprzywilejowane traktowanie klientów abonamentowych, kosztem indywidualnych) mogą być skutkiem nadmiernej konsolidacji na rynku.

1. Problem oligopolu w ekonomii

Jakkolwiek konkurencja doskonała czy czysty monopol w praktyce funkcjonują rzadko, problem oligopolu jest często spotykany na rynku. Oligopol to kilku oferentów, oferujących identyczne lub zróżnicowane produkty, w zależności od decyzji cenowych konkurentów.

Oligopoliści mogą nie stosować konkurencji cenowej, bądź jakościowej, zadowolając się reagowaniem zmianą ceny ze względu na decyzje innych oferentów. Sytuacja jest zarówno niekorzystna dla klienta (mała konkurencja). Jak i dla innych oferentów (ograniczone wejście na rynek).

W praktyce oligopoliści mogą zachowywać się więc jak monopolisci, wykorzystując warunki mniejszej konkurencji. Oligopolista może ograniczać ofertę i znacznie zawyżać ceny.

Konsumenci nie mają wiele alternatywnych źródeł zaopatrzenia, wpadają więc w pułapkę zastawioną przez podmioty dominujące na rynku. Płacą wyższe ceny i korzystają z ograniczonej oferty produktów i usług, niż w przypadku wolnej konkurencji.

Rynek oligopolistyczny jest rynkiem nieefektywnym. Gdy jedna firma dominująca podnosi ceny, czynią tak pozostali. Działania poszczególnych oferentów są ze sobą sprzężone.

2. Tendencje na rynku prywatnej medycyny w Polsce

W 2007 r. z usług prywatnych placówek ochrony zdrowia skorzystało ponad 1,5 mln pacjentów. W tym roku szacuje się, że liczba ta oscyluje wokół 2 mln pacjentów. Rynek rośnie więc w tempie nawet 30 proc. rocznie. Według różnych szacunków Polacy wydają z własnych kieszeni na zdrowie już 5 mld złotych rocznie. Z szacunków Instytutu Globalizacji wynika, że udział prywatnych szpitali, liczony liczbą hospitalizacji, może w 2009 r. przekroczyć 10 proc. Jeszcze kilka lat temu, wskaźnik ten nie przekraczał 1 proc., więc wzrost udziału prywatnych placówek ochrony zdrowia jest bardzo dynamiczny.

Przychody wiodących firm na tym rynku przekraczają 100 mln rocznie. Do tej grupy można zaliczyć Medicover, Lux-Med czy CM LIM. Wzrost przychodów prywatnych klinik jest związany nie tylko z wzrostem liczby pacjentów, ale także z większymi cenami dla pacjentów. W 2008 r. ten wzrost sięgnął 20-30 proc.

3. Szanse i zagrożenia konsolidacji. Skutki dla pacjentów.

Obserwowana konsolidacja na rynku prywatnych placówek medycznych posiada cechy pozytywne i negatywne. Zmiany właścicielskie na rzecz silniejszych podmiotów stwarzają szanse na dokapitalizowanie przedsiębiorstw i wzmocnienie ich pozycji rynkowej.

Niemniej na rynku prywatnych szpitali zaczyna dominować tendencja silnie oligopolistyczna. Coraz więcej firm medycznych jest skupowanych przez fundusze inwestycyjne. Dochodzi do sytuacji, że we wczesnej fazie rozwoju rynku mamy do czynienia z oligopolem.

Rozpatrując skutki takiej sytuacji z punktu widzenia indywidualnego pacjenta, nie jest to sytuacja korzystna z powodu braku konkurencji cenowej i ograniczonej konkurencji jakościowej. Na rynku prywatnych szpitali można było zaobserwować następujące zjawiska:

- Solidarny wzrost cen na rynku;
- Brak poprawy, a nawet pogorszenie się jakości usług (kolejki do specjalistów, długi czas oczekiwania na zabiegi);
- Pogorszenie oferty (uprzywilejowane traktowanie klientów abonamentowych, kosztem indywidualnych);

O pogarszającym się standardzie usług w prywatnych firmach medycznych alarmują również media. „Gazeta Wyborcza” („Z kopertą do lekarza... prywatnego”, 11.09.2008) opisywała przypadki wymuszania dodatkowych opłat od pacjentów, którzy chcą skrócić czas oczekiwania na wizytę. „Polska the Times” („Lekarze coraz drożsi, a kolejki nie maleją”, 14.06.2008) cytuje opinie pacjentów zbulwersowanych rosnącymi cenami i obniżającym się standardem usług. „Gazeta Polska” („Na rynku ciaśniej - dla pacjenta drożej”, 26.11.2008) zamieściła opinie specjalistów wskazujących na negatywne dla pacjentów skutki oligopolu.

Rynek prywatnych centrów medycznych mogą wkrótce zdominować dwie grupy kapitałowe:

1. Mid Europa Partners (Centrum Medyczne LIM, LUX MED, Medycyna Rodzinna, Promedis);
2. Medicover (Centrum Medyczne Damiana);

Należy zatem zastanowić się nad konsekwencjami konsolidacji rynku medycznego dla chorych i rozwoju procedur chroniących interesy pacjentów indywidualnych.

Informacje na temat raportu:

Fundacja Instytut Globalizacji
ul. Opawska 1/4
44-100 Gliwice
www.globalizacja.org
instytut@globalizacja.org
tel. + 48 600 023 118
+ 48 32 232 65 54

Instytut Globalizacji jest prywatnym wolnorynkowym instytutem spraw publicznych założonym w 2005 r. Organizacja prowadzi badania z zakresu konkurencyjności, ochrony środowiska, ochrony zdrowia i globalizacji. Do Rady Instytutu należą naukowcy z uznanych ośrodków m.in. Heritage Foundation, CATO Institute, Institute of World Politics czy Centre for the New Europe. W 2007 r. Instytut Globalizacji został nominowany do europejskiej nagrody dla najlepszego instytutu spraw publicznych.