



ویژگی‌های بازار خدمات سلامت

یادداشت
علی احمدی

سر یک کالای همگن و خاص به داد و ستد پردازند. زمانی که فقط تعداد کمی از تولیدکنندگان دارای یک کالا باشند و جایگزینی هم برای آن کالا وجود نداشته باشد، در بازار در مورد آن کالای خاص انحصار ایجاد می‌شود. در این حالت انحصارگر تنظیم‌کننده قیمت است و قدرت کامل بازار را دارد. خدمات سلامت هم به خاطر تخصصی بودن احتمال ایجاد انحصار و نوعی محدودسازی در دسترسی به خدمات در آن وجود دارد و رقابت پذیری در آن وجود ندارد.

■ متناسب نبودن پرداخت با نتیجه

همواره در قبال پرداخت هزینه نمی‌توان از نتیجه کار مطمئن بود. ممکن است هزینه‌ی فراوانی برای درمان انجام شود ولی نتیجه مرگ یا ناتوانی باشد. در خدمات پیشگیری هم گاهی اوقات هزینه‌ی انجام شده نتیجه‌ی مورد نظر را به همراه ندارد. در همین زمینه ممکن است برای فرد هزینه‌ای پرداخت شود که در صورت پرداخت نشدن هم فرقی به حال وی نمی‌کند. مانند واکسیناسیون عمومی.

■ علت مداخله دولت‌های در بازار سلامت

اگر چه در بسیاری از کالاها مانند مواد غذایی، دولت‌ها به نوعی مداخله می‌کنند، ولی در بازار مراقبت‌های سلامتی این مداخله وسیع‌تر و جدی‌تر است، به طوری که دولت‌ها به نمایندگی از مصرف‌کننده، خدمات را خریداری و حتی آن را تولید می‌کنند. علت مداخله دولت‌ها، این است که هیچ‌یک از فرضیه‌های مربوط به بازارهای کامل در مراقبت‌های سلامتی کاربرد ندارد و مکانیزم بازار (عرضه و تقاضا) قادر نیست در بازار تعادل ایجاد کند که اصطلاحاً از آن تحت عنوان شکست بازار (Market failure) نام برده می‌شود.

بر اساس تئوری‌های اقتصادی در یک بازار رقابتی، در تلاقی عرضه و تقاضا به تعادل رسیده و قیمت و مقدار تعادلی در این نقطه تعیین می‌شود. به بهای کالاها و خدماتی که معمولاً با دخالت مکانیزم بازار (تقابل عرضه و تقاضا) تعیین می‌شود، قیمت گفته می‌شود. در خصوص برخی خدمات و کالاها همچون سلامت، شرایط اقتصادی همانطور که گفته شد به گونه‌ای است که تعیین قیمت توسط مکانیزم بازار، امکان‌ناپذیر و یا ناکارآمد بوده و معمولاً دولت‌ها یا حاکمیت با دخالت در بازار، قیمت‌ها را به صورت دستوری تعیین می‌کند که به آن در اصطلاح تعرفه و یا قیمت برنامه‌ای می‌گویند. مفهوم تعرفه یا قیمت برنامه‌ای رسیدن به هدف یا سیاستی است که دولت تعیین نموده است. به همین جهت تعرفه گذاری ذاتاً ابزاری برای رفتارسازی و اعمال حاکمیت و در نتیجه‌ای برای سیاستگذاری محسوب می‌گردد.

از سوی دیگر وجود یک مکانیزم نظارتی کارآمد در این بازار بسیار ضروری است. کارکرد این مکانیزم جلوگیری از انحصار و پوشش عدم تقارن اطلاعاتی است که در بازار سلامت وجود دارد. لازم به ذکر است که با توجه به تعاریف بیان شده از ساختار نظام سلامت این وظیفه بر عهده بیمه‌های درمان گذاشته شده است.

سلامت به عنوان یک کالای هزینه بر شناخته می‌شود و اقتصاد سلامت به عنوان رکن اصلی این بازار هیچ‌گاه در کشور ما مورد توجه نبوده است. از این جهت اولین سوالی که پیش می‌آید این است که آیا می‌توان کالای سلامت را همانند بقیه کالاها در یک نظام بازاری به خرید و فروش گذاشت؟ آیا بازار سلامت تابع عرضه و تقاضا در جامعه است؟ مراقبت‌های سلامتی چه ویژگی‌هایی دارند که آنها را از بقیه خدمات متمایز می‌کنند؟ برای نزدیک شدن به پاسخ در ابتدا به چند ویژگی‌های منحصر به فرد خدمات سلامت اشاره می‌شود:

■ ماهیت خدمات سلامت

کالای ضروری به کالاها و خدماتی گفته می‌شود که نیازهای حیاتی مشتری را تأمین می‌کنند و خدمات بهداشتی درمانی نیز جزو این دسته کالاها به شمار می‌روند. کالای ضروری کالایی است که مردم صرف نظر از تبه اقتصادی باید در زمان نیاز به آن دسترسی داشته باشند. از سوی دیگر فراهم کردن کالاهای اساسی به اندازه خدمات سلامت اهمیت ندارند چرا که بالاخره می‌توان آنها را با کم‌وزیادش جبران کرد و یا تأمین آن را به زمانی دیگر موکول کرد ولی خدمات سلامت یک ضرورت هستند که در صورت عدم تأمین آن جان افراد به خطر می‌افتد.

■ عدم تقارن اطلاعاتی

ارائه‌کنندگان خدمات در خصوص ضرورت و نوع خدمت مورد نیاز اطلاعاتی دارند که دریافت‌کننده به آنها دسترسی ندارد و یا برایش مفهوم نیستند. یعنی اگر به بیماری بگوئید به جراحی فوری نیاز دارد، غالباً بیمار نمی‌تواند شخصاً در خصوص صحت یا سقم این گزاره قضاوت سریع و صحیحی داشته باشد. در حالی که در سایر حوزه‌ها غیر از بهداشت و درمان دریافت‌کننده خدمات در خصوص آن اطلاعات حداقلی دارد و با استفاده از همان می‌تواند قضاوت کند و از حقوق خود دفاع کند.

■ اضطراب دریافت‌کننده خدمات

در بازار نیاز شدید خریدار به کالا برای فروشنده یک امتیاز محسوب می‌شود چرا که فروشنده در این شرایط می‌تواند سهم بیشتری در قیمت گذاری کالا داشته باشد، همچنین نیاز همیشگی خریدار به یک کالا نیز تضمین‌کننده فروش همیشگی یک کالا است. خدمات سلامت هر دوی این ویژگی‌ها را دارد یعنی هم نیاز به آن در جامعه هیچ‌گاه به صفر نمی‌رسد و هم اینکه ارائه‌دهنده‌ی خدمت از قبل می‌داند که علت اکثر مراجعات از سر اضطراب است. این اضطراب موجب می‌شود تا خواسته‌های ارایه‌دهنده خدمت را بدون معطلی اجابت کنند حتی اگر به قیمت فقیر شدن وی تمام شود.

■ عدم رقابت پذیری

رقابت در بازار زمانی معنا پیدا می‌کند تعداد زیادی تولیدکننده و مصرف‌کننده بر

در سایر حوزه‌ها
غیر از بهداشت
و درمان دریافت
کننده خدمات در
خصوص آن اطلاعات
حداقلی دارد و با
استفاده از همان
می‌تواند قضاوت
کند و از حقوق خود
دفاع کند اما در
بهداشت و درمان
این گونه نیست