

Misja czy zysk?

Takie jak w tytule sprytnie pytanie postawiono przy okazji wznowienia pracy przez sejmową podkomisję zdrowia zajmującą się projektem nowej ustawy o zakładach opieki zdrowotnej. Zasadniczą nowością w tej ustawie ma być przekształcenie szpitali w spółki prawa handlowego.

Tak zbudowana alternatywa – misja czy zysk – jest oczywiście fałszywa, a jej głównym celem jest zyskanie poparcia społecznego dla sprzeciwu wobec uczynienia ze szpitali normalnych przedsiębiorstw. Fałsz polega na tym, że zakłada opozycję działalności dla zysku i wypełniania misji społecznej w postaci leczenia ludzi. Tymczasem takiego przeciwieństwa nie ma.

Na tym właśnie polega fenomen mechanizmów rynkowych, że *żądzą zysku* zaprzęgają w pełnienie ważnych misji społecznych – aby osiągnąć zysk dla siebie, trzeba dać coś innym. Można to zilustrować hasłem: *pracując dla siebie, pracujesz dla kraju (dla innych)*. Nieprzypadkowo jest ono dokładnym odwróceniem hasła znanego z okresu PRL: *pracując dla kraju, pracujesz dla siebie*. Wtedy właśnie odrzucono generalnie, w całej gospodarce, zasadę działalności *dla zysku* jako niegodną, egoistyczną, dającą korzyści wyłącznie właścicielom fabryk i zastąpiono ją zasadą pełnienia *misji* przez poszczególne zakłady pracy. Jakie były tego efekty? Fabryka Samochodów Osobowych, pełniąc misję zaopatrzenia ludzi pracy w samochody, wytworzyła pod koniec XX wieku pojazd, który polski robotnik mógł nabyć (od ręki) za cenę odpowiadającą kilkuletnim jego zarobkom, a amerykańska fabryka Forda, działająca dla zysku już 50 lat wcześniej produkowała samochód, na który robotnik pracował 50 dni. Okazuje się zatem, że działanie *dla zysku* powoduje lepsze wypełnianie misji niż działanie *dla misji*. Mechanizmy rynkowe nie są bowiem celem samym w sobie, a jedynie narzędziem do efektywnego wykorzystania ludzkiej pracy, również tej, która służy leczeniu ludzi.

Oczywiście, może się zdarzyć, że osiągnięcie zysku nie będzie wcale powiązane z pracą *dla innych*, czyli *pełnieniem misji* nie będzie opłacalne. Zdarzyć się to może, zwłaszcza gdy nastąpi ingerencja z zewnątrz w mechanizmy rynkowe, np. przez urzędników lub polityków. Z taką ingerencją mamy do czynienia w publicznej służbie zdrowia, zwłaszcza przy ustalaniu warunków kontraktów przez NFZ, realizujący – *de facto* – zadania polityczne. Jeśli zatem państwowy płatnik ustali ceny za leczenie (kwoty refundacji) zbyt niskie w stosunku do rzeczywistych kosztów, to leczenie będzie – oczywiście – nieopłacalne. Nastawione na zysk szpitale – przedsiębiorstwa będą unikały udzielania takich świadczeń, które przyniosą im straty. Tak pojętej misji faktycznie pełnić nie będą. Rodzą się tu jednak dwa zasadnicze pytania. Czy misją szpitali ma być



foto: sxc

dofinansowanie płatnika (państwa), zobowiązanego do opłacenia świadczeń zdrowotnych dla ubezpieczonych? Czy dobry jest taki sposób finansowania opieki zdrowotnej, że najpierw wycenia się dane świadczenie zbyt nisko, później zmusza się szpital, aby świadczenie to wykonał ze stratą dla siebie, następnie spłaca się za ten szpital zadłu-

„ Czy misją szpitali ma być dofinansowanie płatnika? ”

żenie, wyrównując niedopłaconą kwotę oraz dodając odsetki i ewentualnie wynagrodzenie dla komornika?

Jeśli politycy chcą, aby szpitale dobrze spełniały misję leczenia ludzi, powinni spowodować, by szpitale stały się normalnymi przedsiębiorstwami działającymi *dla zysku*.

Oczywiście, nawet gdy świadczenia zdrowotne są generalnie dobrze wycenione, będą przypadki mniej opłacalne lub przynoszące stratę. Z takimi przypadkami jednak rynek też dobrze sobie radzi. Konkurencja rynkowa polega bowiem nie tylko na rywalizacji ceną czy jakością, ale także marką. Dobrą markę buduje się także działaniami nieprzynoszącymi doraźnego zysku, ale wzbudzającymi zaufanie, dobry odbiór społeczny, kształtującymi odpowiedni wizerunek firmy. Do takich działań, w przypadku szpitali, na pewno należeć będzie podejmowanie leczenia (nieodrzućanie) przypadków trudniejszych, bardziej skomplikowanych i nieopłacalnych.

Krzysztof Bukiel – przewodniczący ZK OZZL