

Государственное учреждение
здравоохранения "Добринская ЦРБ"
ПРИКАЗ: №165 _____
от 28.03.2025 г. _____
п. Добринка

«об утверждении Положения о маркетинговой политике ГУЗ "Добринская ЦРБ"»

ПРИКАЗЫВАЮ

1. Утвердить Положение о маркетинговой политике ГУЗ "Добринская ЦРБ" (приложение №1 к настоящему приказу).
2. Приказ №6 от 09.01.2024 г. «об оказании платных медицинских услуг» считать не действующим с 01.04.2025 года.
3. Программисту опубликовать Положение о маркетинговой политике ГУЗ "Добринская ЦРБ" на сайте учреждения
4. Настоящий приказ вступает в силу с 01.04.2025 года.
5. Контроль исполнения настоящего приказа оставляю за собой.

Главный врач ГУЗ «Добринская ЦРБ»  А.С. Третьякова



УТВЕРЖДАЮ

Главный врач

ГУЗ «Добринская ЦРБ»



А.С. Третьякова

«28» марта 2025г.

ПОЛОЖЕНИЕ

о маркетинговой политике

ГУЗ "Добринская ЦРБ"

1. Общие положения

Настоящее Положение определяет способы и методы ценообразования на услуги, оказываемые ГУЗ "Добринская ЦРБ" (далее — Учреждением), в соответствии с потребностями рынка и исходя из сложившегося спроса и предложения.

Для целей настоящего Положения используются следующие основные понятия:

«Маркетинговая политика» — комплекс решений о взаимодействии ценовой политики Учреждения с методами прямого и (или) косвенного оказания услуг Учреждения.

«Платные медицинские услуги» - медицинские услуги, предоставляемые на возмездной основе за счет личных средств граждан, средств юридических лиц и иных средств на основании договоров, в том числе договоров добровольного медицинского страхования.

«Маркетинг медицинских услуг» — это разработка предложений и реализация медицинских услуг, ориентированная на выявление специфических потребностей потребителей.

Основным видом деятельности Учреждения является оказание медицинских услуг.

Маркетинговая политика выполняет следующие функции:

1. Исследование рынка медицинских товаров и услуг;
2. Организацию введения новых услуг;
3. Организацию оказания медицинских услуг;

4. Завоевание доверия потребителей.

Цель маркетинговой политики — качественное оказание услуг потребителям на возмездной основе.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. удовлетворение потенциального спроса на медицинские услуги;
2. получение и увеличение дохода от оказания платных медицинских
3. достижение высокого уровня репутации;
4. повышение уровня клиентоориентированности.

2. Анализ внешней и внутренней среды

Проведение анализа эффективности деятельности платных медицинских услуг. Учреждения позволило выделить ключевые элементы внешней и внутренней среды, которые нашли свое отражение в SWOT- анализе.

SWOT-анализ внутренней среды

Сильные стороны

1. Укомплектованность медицинскими

работниками, с высоким уровнем квалификации, обладающие современными методами диагностики и лечения, ориентированные на потребителя;

2. Наличие медицинского оборудования в соответствии с порядками оказания медицинских услуг;
3. Наличие лицензий на оказание платных медицинских услуг;
4. Широкий спектр специалистов.

Слабые стороны

1. Необходимость косметического

ремонта помещений.

2. Высокий износ, низкий уровень оснащения компьютерной техникой;
3. Текучесть кадров;
4. Недостаточно высокий уровень корпоративной культуры;

Возможности

1. Возможность обеспечить медицинских работников жильем в качестве социального найма;

2. Возможность переподготовки и повышения квалификации специалистов.

Угрозы

1. Требование потребителя услуги ко времени ее предоставления;
2. Угроза потери потребителей, связанная с перебоем в расписании специалистов.

SWOT-анализ внешней среды

Сильные стороны

1. Единственное учреждение в Добринском районе, оказывающее медицинские услуги (предрейсовые и послерейсовые медицинские осмотры).
2. Гибкость цен на платные медицинские
3. Активное взаимодействие с Администрацией Добринского района по поводу привлечения к сотрудничеству организаций, расположенных в районе;
4. Наличие транспортной доступности;
5. Наличие медицинского мобильного комплекса флюорографа, что позволяет оказывать услугу на выезде.

Слабые стороны

1. Неудовлетворительный уровень работы над имиджем Учреждения;
2. Недостаточная информационная направленность;
3. Низкая доля охвата рынка оказания медицинских услуг

Возможности

1. Наличие организаций, нуждающихся в медицинских услугах;
2. Развитие рынка новых медицинских услуг'

Угрозы

1. Жесткие требования государственных органов, контролирующих деятельность медицинской организации.
2. Появление сильных конкурентов на рынке оказания медицинских услуг;
3. Повышение стоимости медицинских услуг, связанное с ростом цен на расходные материалы;
4. Снижение клиентской базы.

На основании проведенного SWOT-анализа конкретизируем ключевые факторы:

благодаря оснащению медицинским оборудованием, укомплектованности кадрами, наличию необходимых лицензий Учреждение способно не только качественно и профессионально оказывать платные медицинские услуги, но и расширить спектр медицинских услуг.

3. Анализ рынков

В связи с требованием законодательства к обязанности работодателя осуществлять медицинское сопровождение своего персонала, возникает потребность в оказании медицинских услуг на платной основе. Наличие в Учреждении специалистов, материально-технической базы, соответствующих лицензий по видам деятельности позволяет оказывать платные медицинские услуги в полном объеме, как физическому лицу, так и юридическим лицам.

Учреждение сотрудничает с социальной сферой (детские сады, общеобразовательные учреждения), заводами, предприятиями АПК Добринского района.

Потенциальными потребителями является такие крупнейшие предприятия как ПАО «Добринский сахарный завод, ООО «Добрыня» и иные предприятия промышленности, сельского хозяйства, социальной сферы.

Учреждение активно участвует в аукционах, запросах котировок, что не исключает осуществление деятельности в близлежащих районах Липецкой и Тамбовской областях.

Конкуренцию Учреждения составляют крупные областные и районные медицинские учреждения, оказывающие аналогичные медицинские услуги.

Сектором маркетинга и организации платных услуг регулярно проводится анализ рынка платных медицинских услуг, потребителей и конкурентов, что позволяет оценить возможности Учреждения, выявить сильные и слабые стороны в организации и оказании платных медицинских услуг Учреждением, устранить имеющиеся недостатки.

4. Ценовая политика

Цены на платные медицинские услуги, оказываемые Учреждением, рассчитываются в соответствии с Порядком определения цен (тарифов) на медицинские услуги, предоставляемые медицинскими организациями, являющимися бюджетными и казенными государственными учреждениями, подведомственными управлению здравоохранения Липецкой области, утвержденным приказом управления здравоохранения Липецкой области от 11.12.2013 №1333.

Платные медицинские услуги оказываются Учреждением по ценам в строгом соответствии с утвержденным прейскурантом.

Установление или пересмотр действующих цен на платные медицинские услуги осуществляется в соответствии с отраслевыми нормами, стандартами, методическими рекомендациями.

Основанием для рассмотрения вопроса об изменении цен на платные услуги является:

- изменение уровня цен на материальные ресурсы;
- изменение в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации и Липецкой области размера оплаты труда работников здравоохранения;
- изменение налогообложения платных медицинских услуг;
- изменение в соответствии с законодательством порядка и стандарта оказания медицинской услуги.
- изменение рыночной цены на аналогичные услуги на территории области;
- изменение уровня цены на услуги сторонних организаций.

Основанием для изменения цен на платные медицинские услуги является:

- участие в закупочных процедурах. Учреждение имеет право понижать или повышать цены действующего прейскуранта на услуги по результатам закупочных процедур (аукционы, запросы котировок и прочие);
- установление скидок по согласованию сторон (с юридическими лицами);
- участие в проведении диспансеризации взрослого населения. Учреждение имеет право при осуществлении медицинских осмотров снизить стоимость дублируемых медицинских услуг, проводимых в рамках диспансеризации;
- Учреждение имеет право понижать или повышать цены действующего прейскуранта на услуги по результатам анализа существующего и прогнозируемого объема рыночных предложений на аналогичные услуги и уровня цен на них;
- Учреждение имеет право понижать или повышать цены действующего прейскуранта на услуги по результатам анализа существующего и прогнозируемого объема спроса на аналогичные услуги.

Учреждение безвозмездно оказывает медицинские услуги работникам, занятым по основному месту работы.

5. Продвижение услуг на рынке

Согласно требованиям Федерального закона от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации», Правилами предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг, утвержденных постановлением Правительства РФ от 11.05.2023 №736 в Учреждении имеется официальный сайт в сети Интернет, где размещена информация следующего характера:

- наименование и фирменное наименование Учреждения;
- адрес места нахождения Учреждения, данные документа, подтверждающего факт внесения сведений о юридическом лице в Единый государственный реестр юридических лиц, с указанием органа, осуществившего государственную регистрацию;
- сведения о лицензии на осуществление медицинской деятельности (номер и дата регистрации, перечень работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность медицинской организации в соответствии с лицензией, наименование, адрес места нахождения и телефон выдавшего ее лицензирующего органа);
- перечень платных медицинских услуг с указанием цен в рублях, сведения об условиях, порядке, форме предоставления медицинских услуг и порядке их оплаты;
- порядок и условия предоставления медицинской помощи в соответствии с программой и территориальной программой;
- режим работы медицинской организации;
- адреса и телефоны органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации в сфере охраны здоровья граждан, территориального органа Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения и территориального органа Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Информация, размещенная на информационных стендах (стойках), доступна неограниченному кругу лиц в течение всего рабочего времени медицинской организации, предоставляющей платные медицинские услуги. Информационные стенды (стойки) располагаются в доступном для посетителей месте и оформляются таким образом, чтобы можно было свободно ознакомиться с размещенной на них информацией.

Исполнитель предоставляет для ознакомления по требованию потребителя и (или) заказчика:

- копию учредительного документа медицинской организации - юридического лица, положение о ее филиале (отделении, другом территориально обособленном структурном подразделении), участвующем в предоставлении платных медицинских услуг;

- копию лицензии на осуществление медицинской деятельности с приложением перечня работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность медицинской организации в соответствии с лицензией.

При заключении договора по требованию потребителя и (или) заказчика предоставляется в доступной форме информация о платных медицинских услугах, содержащая следующие сведения:

- порядки оказания медицинской помощи и стандарты медицинской помощи, применяемые при предоставлении платных медицинских услуг;

- информация о конкретном медицинском работнике, предоставляющем соответствующую платную медицинскую услугу (его профессиональном образовании и квалификации);

- информация о методах оказания медицинской помощи, связанных с ними рисках, возможных видах медицинского вмешательства, их последствиях и ожидаемых результатах оказания медицинской помощи;

- другие сведения, относящиеся к предмету договора.

6. Заключительные положения

Положения настоящего документа распространяются на все договоры с контрагентами, заключенные после даты его утверждения, а так же на все действующие по состоянию на указанную дату договоры, заключенные ранее.

Настоящее Положение утверждается главным врачом Учреждения и вступает в силу с даты его подписания.

В данное Положение могут вноситься изменения и дополнения, которые утверждаются главным врачом и вводятся в действие приказом Учреждения.