

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**о маркетинговой политике**  
**ГБУЗ «Республиканская больница скорой и экстренной**  
**медицинской помощи» г. Петрозаводск**

**Раздел 1. Общие положения**

Настоящее Положение определяет способы и методы ценообразования на услуги, оказываемые ГБУЗ «Республиканская больница скорой и экстренной медицинской помощи» (далее - Учреждением), в соответствии с потребностями рынка и исходя из его конъюнктуры (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 и прочие услуги»** - медицинские и прочие 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 и прочих услуг.

Маркетинговая политика выполняет следующие функции:

1. Исследование рынка медицинских и прочих услуг;
2. Организация введения новых услуг;
3. Организация оказания медицинских и прочих 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 и прочие услуги;
2. достижение высокого уровня репутации;
3. повышение уровня клиентоориентированности;
4. получение и увеличение дохода от оказания платных медицинских и прочих услуг.

**Раздел 2. Анализ внешней и внутренней среды**

Проведение анализа эффективности деятельности платных медицинских и прочих услуг ГБУЗ «РБ СЭМП», позволило выделить ключевые элементы внешней и внутренней среды.

Анализ внутренней среды

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Укомплектованность медицинскими работниками, с высоким уровнем квалификации, обладающими современными методами диагностики и лечения, ориентированными на потребителя;	1. Необходимость косметического ремонта в помещениях Учреждения; 2. Текущая кадровая ситуация; 3. Недостаточно высокий уровень корпоративной культуры.

<p>2. Наличие медицинского оборудования в соответствии с порядками оказания медицинских и прочих услуг;</p> <p>3. Наличие лицензий на оказание платных медицинских и прочих услуг;</p> <p>4. Широкий спектр специалистов.</p>	
Возможности	Угрозы
1. Возможность переподготовки и повышения квалификации специалистов.	<p>1. Требование потребителя услуги ко времени ее предоставления;</p> <p>2. Угроза потери потребителей, связанная с перебоем в расписании специалистов.</p>

#### Анализ внешней среды

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1. Виды медицинских услуг:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- миграционная комиссия;</li> <li>- конусно-лучевой компьютерный томограф;</li> <li>- проведение артроскопических операций с помощью новейшего оборудования;</li> <li>- лазерная облитерация вен нижних конечностей;</li> <li>- эндоскопические исследования;</li> <li>- анестезиологическое пособие при диагностической эндоскопии;</li> <li>- предоставление платных услуг Станции скорой помощи;</li> <li>- комплексная услуга "Анти-клещ".</li> </ul> <p>2. Наличие транспортной доступности.</p>	<p>1. Наличие организаций, нуждающихся в медицинских услугах;</p> <p>2. Возрастающие требования законодательства к наличию медицинского сопровождения работников организации заказчика;</p> <p>3. Развитие рынка новых медицинских услуг.</p>
Возможности	Угрозы
<p>1. Наличие организаций, нуждающихся в медицинских услугах;</p> <p>2. Возрастающие требования законодательства к наличию медицинского сопровождения работников организации заказчика;</p> <p>3. Развитие рынка новых медицинских и прочих услуг.</p>	<p>1. Жесткие требования государственных органов (Прокуратура, Росздравнадзор, Роспотребнадзор), контролирующей деятельность, медицинской организации;</p> <p>2. Появление сильных конкурентов на рынке оказания медицинских услуг;</p> <p>3. Повышение стоимости медицинских услуг, связанное с ростом цен на расходные материалы;</p> <p>4. Снижение клиентской базы.</p>

На основании проведенного анализа конкретизируем ключевые факторы:

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

### Раздел 3. Анализ рынков

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

Потенциальными потребителями являются такие крупнейшие предприятия как: ООО "ПСК Строитель", ГБУЗ РК "Пряжинская центральная районная больница", ГБУЗ РК "Пудожская центральная районная больница", ГБУЗ РК «Городская поликлиника № 2», ГБУЗ "Олонецкая ЦРБ", ПАО СК "Росгосстрах", ГБУЗ «Госпиталь для ветеранов войн», страховые компании (работающие в системе добровольного медицинского страхования) и т.д.

Конкуренцию Учреждению составляют:

1. крупные республиканские, муниципальные медицинские учреждения, оказывающие аналогичные услуги, такие как: ГБУЗ РК "Республиканская больница им. В.А. Баранова"; ГБУЗ РК «Городская поликлиника № 1», ГБУЗ «Городская поликлиника № 2», ГБУЗ Городская поликлиника № 3, ГБУЗ РК «Городская поликлиника № 4» и т.д.;
2. частные медицинские центры: клиника «Онегомед», «Центр Узи», медицинский центр «Пара», медицинская клиника «Центр Здоровья» и т.д.

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

### Раздел 4. Ценовая политика

Цены на платные медицинские услуги, оказываемые Учреждением, рассчитываются в соответствии с приказом Министерства здравоохранения Республики Карелия от 12.03.2018г. № 400 «Об утверждении Порядка определения стоимости (цены) оказания платных услуг (выполнение работ), физическим и юридическим лицам государственными учреждениями Республики Карелия, в отношении которых Министерство здравоохранения Республики Карелия осуществляет функции и полномочия учредителя».

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

Установление или пересмотр действующих цен на платные медицинские и прочие 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 Республики Карелия размера оплаты труда работников здравоохранения;
- изменение налогообложения платных медицинских и прочих услуг;
- изменение в соответствии с законодательством порядка и стандарта оказания медицинской услуги.

Основаниями для снижения либо повышения цен на платные медицинские и прочие услуги, утвержденных действующим прейскурантом, могут являться следующие причины:

- согласование изменения цены услуг(и) в ходе обсуждения условий контракта с заказчиком;
- проведение маркетинговых мероприятий, рекламных акций, утвержденных приказом по Учреждению и направленных на повышение эффективности использования рекламного бюджета, увеличения объема продаж, продвижения на рынке медицинских и прочих услуг, оказываемых ГБУЗ «РБ СЭМП».

## Раздел 5. Продвижение услуг на рынке

Согласно требованиям Федерального закона от 29 ноября 2010 г. №326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации», Постановления РФ от 11.05.2023 г. № 736 «Об утверждении правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг» на официальном сайте учреждения в сети Интернет 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 и прочих 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 территориальной программой государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи в Республике Карелия;
- сведения о медицинских работниках, участвующих в предоставлении платных медицинских услуг, об уровне их профессионального образования и квалификации;
- режим работы медицинской организации, график работы медицинских работников, участвующих в предоставлении платных медицинских;
- 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 и прочие услуги.

Информационные стенды (стойки) располагаются в доступном для посетителей месте и оформляются таким образом, чтобы можно было свободно ознакомиться с размещенной на них информацией.

Учреждение 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, либо копию

свидетельства о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;

- 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 и прочих 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.

**Для продвижения медицинских услуг, используется комплексный подход, т.е. сочетание различных рекламных носителей:**

1. телевидение (интервью с ведущими специалистами о внедрении новых технологий в учреждении);
  2. радио (рекламные ролики о профилактических осмотрах и миграционной комиссии);
  3. печатные СМИ (макет рекламы или статьи);
  4. печать полиграфической продукции (буклет, брошюра);
  5. наружная реклама (обновление баннеров);
  6. аудиореклама в местах наибольшей проходимости;
  7. продвижение в сети интернет:
- онлайн - консультации врачей, которые могут быть размещены на официальном сайте организации, либо на специализированном форуме, с упоминанием имени врача, его должности, научного звания и места работы;
  - размещение статей на сайте учреждения различной тематики (не только непосредственно относительно болезней, но и по профилактике или каких-то иных аспектах здорового образа жизни);
  - оптимизация сайта под поисковые системы (правильная подборка текстов под поисковые запросы);
  - создание групп в социальных сетях; работа с отзывами пациентов на сайте.

## **Раздел 6. Заключительные положения**

Настоящее Положение утверждается приказом главного врача и вступает в силу с момента подписания. В данное Положение могут вноситься изменения и дополнения, которые утверждаются и вводятся в действие приказом по Учреждению.