

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
«ЛИПЕЦКИЙ ОБЛАСТНОЙ ОНКОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСПАНСЕР»
(ГУЗ «ЛООД»)**

П Р И К А З

24.02.2022 г.

№ 116/1-ОД

«Об утверждении маркетинговой политики
государственного учреждения здравоохранения
«Липецкий областной онкологический диспансер»

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и статьей 40 Налогового кодекса Российской Федерации, с целью более широкого охвата населения качественной медицинской помощью, внедрения передовых медицинских технологий и новых медицинских услуг, а также развития платных услуг в Государственном учреждении здравоохранения «Липецкий областной онкологический диспансер»

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Утвердить маркетинговую политику государственного учреждения здравоохранения «Липецкий областной онкологический диспансер».
2. Начальнику отдела информационных технологий Молчанову Д.А. опубликовать маркетинговую политику на официальном сайте учреждения.
3. Начальнику отдела кадров Синявиной Г.И. обеспечить ознакомление заместителей главного врача, заведующих структурными подразделениями, старших медицинских сестер и сотрудников, принимающих участие в предоставлении платных услуг населению с настоящим приказом.
4. Настоящий приказ вступает в силу с момента подписания.
5. Контроль за исполнением приказа оставляю за собой.

Главный врач

С.А. Шинкарев

Утверждаю

Главный врач _____ С.А. Шинкарев

«24» февраля 2022г.

Маркетинговая политика

Государственного учреждения здравоохранения

«Липецкий областной онкологический диспансер»

Раздел 1. Общая часть

Настоящее Положение определяет способы и методы ценообразования на платные услуги, оказываемые государственным учреждением здравоохранения «Липецкий областной онкологический диспансер» (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 стимулирования 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.

Маркетинговая политика является документом, в котором излагается и обосновывается порядок определения цены реализации в зависимости от значимых для учреждения факторов (общего объема услуг, сроков и порядка оплаты, спроса на медицинские услуги в соответствующем сегменте рынка).

Документ является основным документом при осуществлении коммерческой деятельности учреждения и позволяет обосновать применяемые цены для целей налогообложения.

Маркетинговая деловая сеть включает в себя учреждение и все заинтересованные в ее услугах группы: потребителей, персонала, поставщиков, дистрибьюторов, розничных торговцев, рекламных агентств, специалистов и других, всех тех, с кем учреждение установила взаимовыгодные деловые отношения.

Принцип Маркетинговой политики: рыночный подход к бизнесу, основанный на приоритете потребителя как главного агента рыночных отношений, на его потребностях, интересах и запросах.

Основы Маркетинговой политики:

- ориентация на потребителя;
- экономическая обоснованность и документальное подтверждение;
- логичность и единство правил для всех партнеров, исключение недобросовестного поведения при предоставлении премий или скидок;
- гибкость и адаптивность к изменениям соответствующего сегмента рынка услуг.

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. Оказание 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 спроса на медицинские и прочие услуги;
2. достижение высокого уровня репутации;
3. клиентоориентированность;
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 ГУЗ «ЛООД», позволило выделить ключевые элементы внешней и внутренней среды.

SWOT- анализ внутренней среды

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Укомплектованность медицинскими кадрами с высоким уровнем квалификации, обладающими современными методами диагностики и лечения, ориентированными на потребителя; 2. Возможность оказания широкого спектра услуг 3. . Наличие медицинского оборудования в соответствии с порядками оказания медицинских услуг; 4. Наличие лицензии на оказание медицинских услуг; 5. Стабильная организационная структура; 6. Возможность эффективного перераспределения ресурсов. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие площадей для отдельного размещения отделения платных услуг; 2. Низкий уровень мотивации в деятельности персонала; 3. Не ориентированность на потребителя медицинских услуг.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Возможность переподготовки и повышения квалификации работников. 2. Возможность перераспределения ресурсов. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Требование потребителя услуги ко времени ее предоставления; 2. Угроза потери потребителей, связанная с перебоем в расписании специалистов.

SWOT- анализ внешней среды

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Востребованные виды медицинских услуг: <ul style="list-style-type: none"> - амбулаторные приемы врачей-специалистов; - амбулаторная хирургия; - ультразвуковые исследования; - эндоскопические исследования; - маммография. 2. Наличие транспортной доступности; 3. Хорошая репутация в г. Липецк. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие рынка медицинских услуг; 3. Конкуренция частной системы здравоохранения.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие пациентов и организаций, нуждающихся в медицинских услугах; 2. Развитие рынка новых медицинских услуг. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Жесткие требования государственных органов, контролирующей деятельность медицинской организации; 2. Повышение стоимости медицинских услуг, связанное с

	<p>ростом цен на расходные материалы.</p> <p>3. 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

Современное законодательство позволяет работодателю осуществлять оказание 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: ПАО «НЛМК», ООО ЛТК «Свободный Сокол», АО «Индезит - Интернешнл», ООО ЛОЭЗ «Гидромаш», ООО «Промизделия», ООО «Липецкий механический завод», ЗАО «Липецкий станкозавод «Возрождение», АО «Липецкое станкостроительное предприятие», АО «Липецкцемент», ОАО «Полимер», ООО ЛПО «Электроаппарат», ООО «Спецпошив», ООО НХП фабрика «Липецкие узоры», ОАО «Боринское», ООО «ПластиФорм», ООО «Стальнофф», ООО «Липецкпиво», АО «Компания Росинка», ООО «Агрофирма ТРИО», ООО «МПК Чернышевой», ООО «Гелиос-М», АО «Прогресс», АО «Липецкий хладокомбинат», ООО «Липецкрыба-Производство», ПАО «Ростелеком», страховые компании (работающие в системе обязательного и добровольного медицинского страхования) и т.д.

Организации, с которыми заключаются договора на оказание услуг: управление федеральной службы безопасности Российской Федерации по Липецкой области, управление федеральной службы исполнения наказаний России по Липецкой области (сотрудники), ФКУЗ МСЧ – 48 - ФСИН России (заключенные), управление внутренних дел Липецкой области, главное управление МЧС России по Липецкой области, Федеральная служба судебных приставов по Липецкой области, управление Федеральной службы войск национальной гвардии РФ по Липецкой области а также могут быть таможенная и миграционная службы, фельдъегерская и прочие аналогичные.

Учреждение участвует в аукционах, запросах котировок, что позволяет осуществлять деятельность в районах Липецкой области и г. Липецка (заключаются

договора с государственными учреждениями здравоохранения, частными медицинскими организациями).

Конкуренцию Учреждению составляют:

1. государственные медицинские учреждения, оказывающие аналогичные услуги, такие как: ГУЗ "Липецкая областная клиническая больница", ГУЗ «ЛГБ№4 «Липецк-Мед», ГУЗ «ЛГБ№3 Свободный Сокол»;

2. частные медицинские центры: Клиника «Андромеда», Клиника «СоколМед», ООО «Первая медицинская клиника», ООО «Семейный доктор», ООО Медицинская клиника «Славити», ООО «Благомед», Медицинский центр «Будьте здоровы», Медицинский центр «Здоровье нации» и т.д.

Отделением платных услуг совместно с экономическим отделом, отделом закупок 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 управления здравоохранения Липецкой области от 11.12.2013г. №1333 «Об утверждении Правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг».

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 Липецкой области 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:

- определение ГУЗ «ЛООД» в качестве поставщика в ходе проведения заказчиком конкурсной процедуры (аукционы, запросы котировок и прочее);
- согласование изменения цены услуг(и) в ходе обсуждения условий контракта с заказчиком;
- проведение маркетинговых мероприятий, рекламных акций, вручение подарков сюрпризов покупателям при условии приобретения услуг. Стоимость подарков-сюрпризов учитывается в цене указанных товаров и включается в налогооблагаемую базу по НДС в составе цены реализованных товаров. Мероприятия утверждаются приказом по Учреждению и создаются с учетом эффективности использования рекламного бюджета, для увеличения объема продаж, продвижения на рынке медицинских услуг, оказываемых ГУЗ «ЛООД»;
- снижение спроса, с целью продвижения услуг на новые рынки, а так же формирования положительного имиджа учреждения.

При формировании цены услуг учитываются:

- экономически оправданные и документально подтвержденные затраты (ст. 252 Налогового кодекса Российской Федерации);
- доходы организации (ст. 248 Налогового кодекса Российской Федерации);
- метод прямого и/или косвенного стимулирования сбыта.

Раздел 5. Продвижение услуг на рынке

Согласно требованиям Федерального закона от 29 ноября 2010г. №326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации», Постановления Правительства Российской Федерации от 04.10.2012г. №1006 «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 Липецкой области;

- 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 услуг, технологий в Учреждении);
2. радио (рекламные ролики о профилактических осмотрах и медицинских комиссиях);
3. печатные СМИ (макет рекламы или статьи);
4. печать полиграфической продукции (буклет, брошюра, листовка);
5. наружная реклама;
6. аудиореклама в местах наибольшей проходимости;
7. продвижение в сети интернет:
 - 7.1. 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;
 - 7.2. размещение статей на сайте учреждения различной тематики (не только непосредственно относительно болезней, но и по профилактике или каких-то иных аспектах здорового образа жизни);
 - 7.3. оптимизация сайта под поисковые системы (правильная подборка текстов под поисковые запросы);
 - 7.4. создание групп в социальных сетях;
 - 7.5. работа с отзывами пациентов на сайте.
8. участие в выставках;
9. другие внутренние мероприятия.

Раздел 6. Заключительная часть

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.

Согласовано:

Заместитель главного врача по медицинской части

Б.Г.Чехоева

Заместитель главного врача по экономическим вопросам

Л.В.Доброва

Главный бухгалтер

Н.В.Ширяева

Начальник отдела кадров

Г.И.Синявина

Заведующий отделением платных услуг

С.М.Вакулина

Начальник отдела закупок

Е.И.Чуйкова

Начальник отдела информационных технологий

Д.А.Молчанов

Юрисконсульт

Ю.С.Пьянникова