

**Магистерская диссертация  
на тему:**

**РЫНОК МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ  
ПЕРВИЧНОЙ МЕДИКО-САНИТАРНОЙ  
ПОМОЩИ  
НАСЕЛЕНИЮ**

**Выполнила: магистрант  
кафедры менеджмента и  
организации здравоохранения  
Шакирова Д.З.  
Руководитель:  
профессор Вальчук Э.А.**

Современный период реформирования отечественной системы здравоохранения характеризуется объективными условиями, при которых медицинская услуга становится товаром, а отношения производителей и потребителей медицинских услуг (в частности, врача и пациента) начинают определяться как маркетинговые с преобладающей ролью пациента.

Успех медицинских организаций системы первичной медико-санитарной помощи в получении дополнительных внебюджетных средств зависит от того, насколько удачно они действуют на рынке медицинских услуг, предлагая то, что может заинтересовать потенциального потребителя, максимально используя существующие условия и ресурсы.

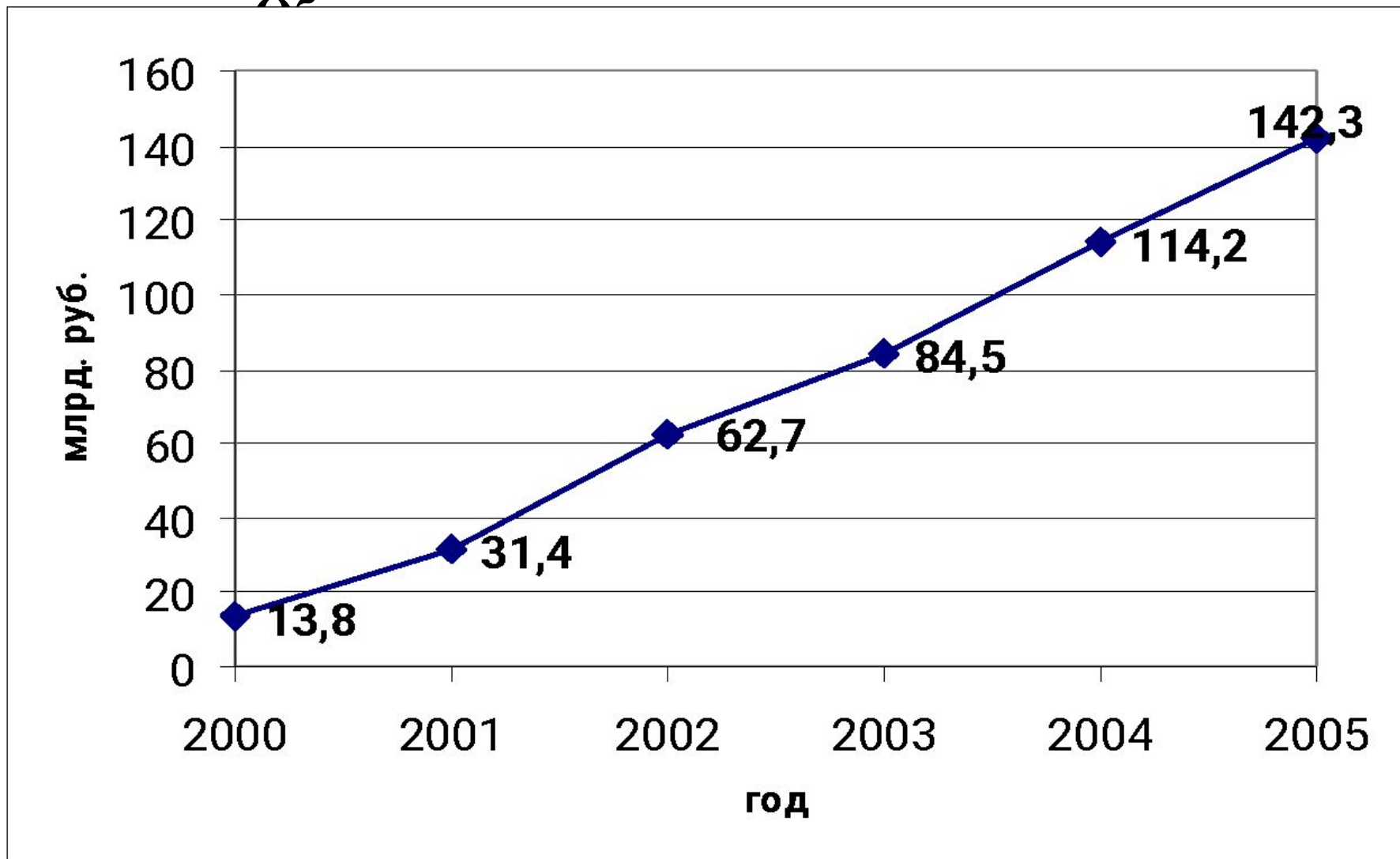
# Цель диссертации:

- ✓ определение возможностей применения маркетинга в системе первичной медико-санитарной помощи населению, основанное на новейших достижениях науки в этой сфере

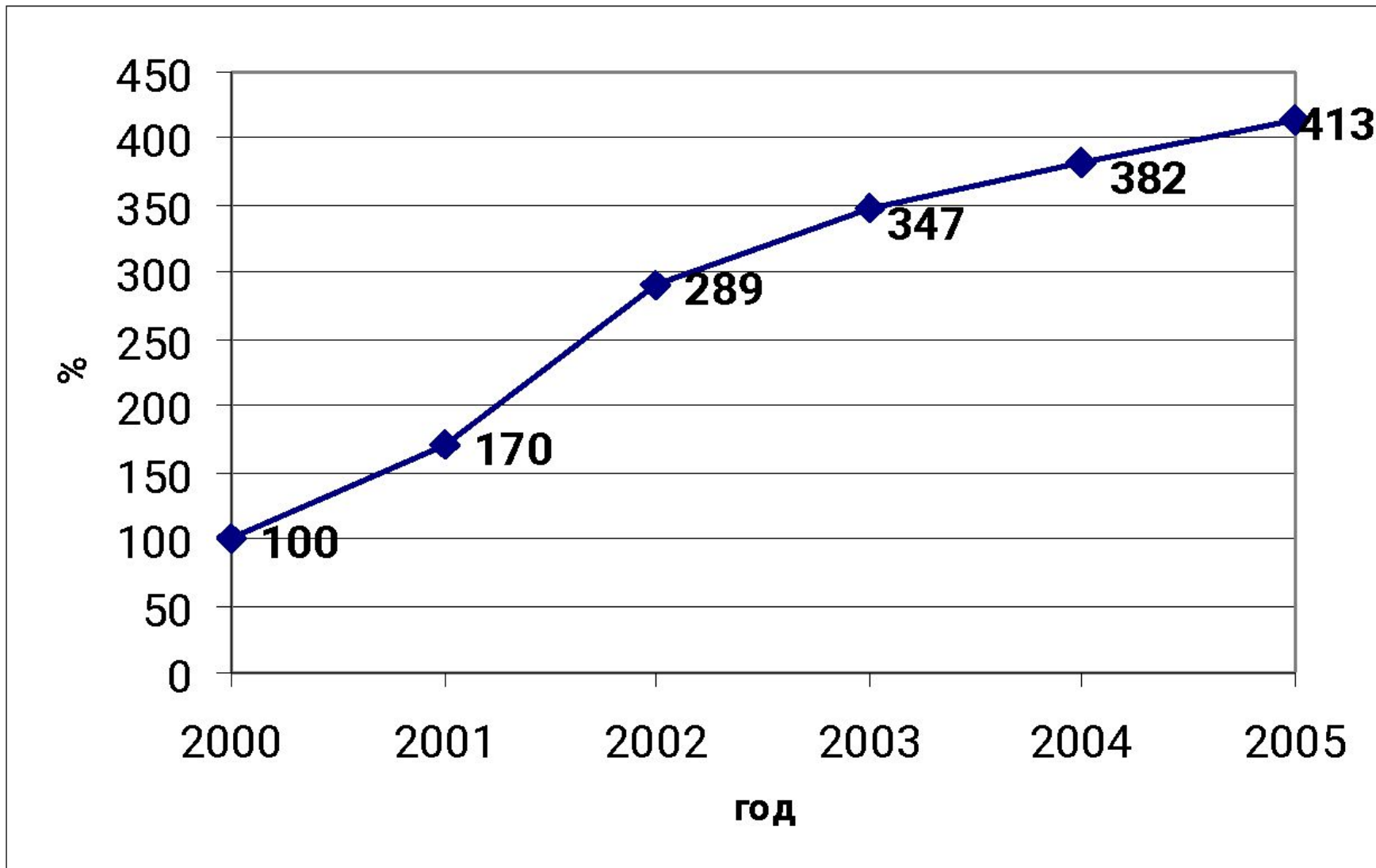
# Основные задачи:

- ✓ рассмотрение организационных аспектов первичной медико-санитарной помощи ;
- ✓ выявление особенностей маркетинговой деятельности на рынке медицинских услуг;
- ✓ исследование рынка медицинских услуг в системе первичной медико-санитарной помощи.

*Объем реализации платных медицинских услуг населению* представляет собой сумму выручки, полученной юридическими лицами от населения за оказанные им медицинские услуги, или от других юридических лиц в оплату за оказанные их работникам медицинские услуги.



**Объем реализации платных медицинских услуг населению  
(в фактически действовавших ценах)**

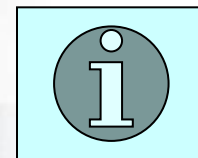


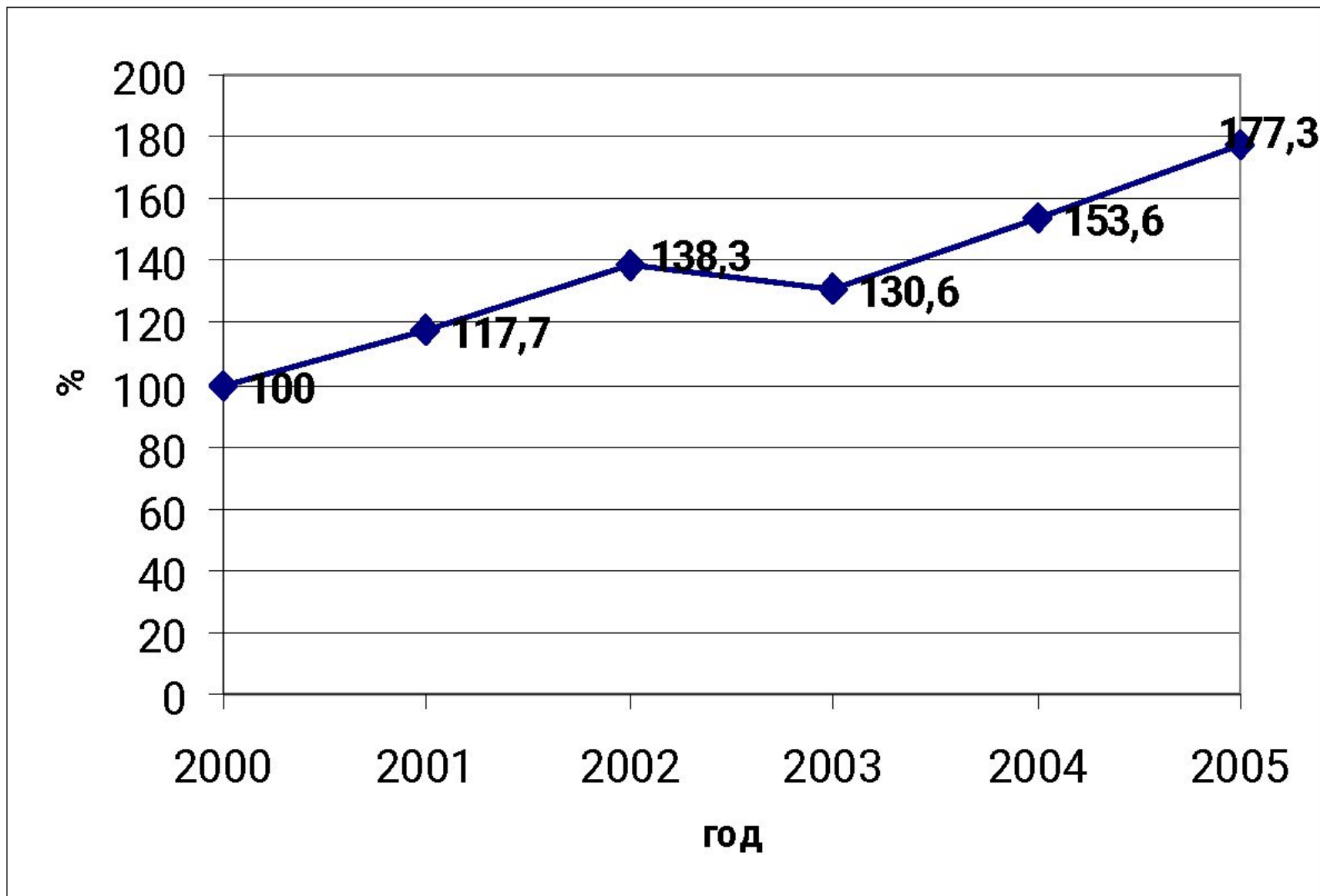
2000 = 100 %

**Динамика цен и тарифов на платные медицинские услуги**

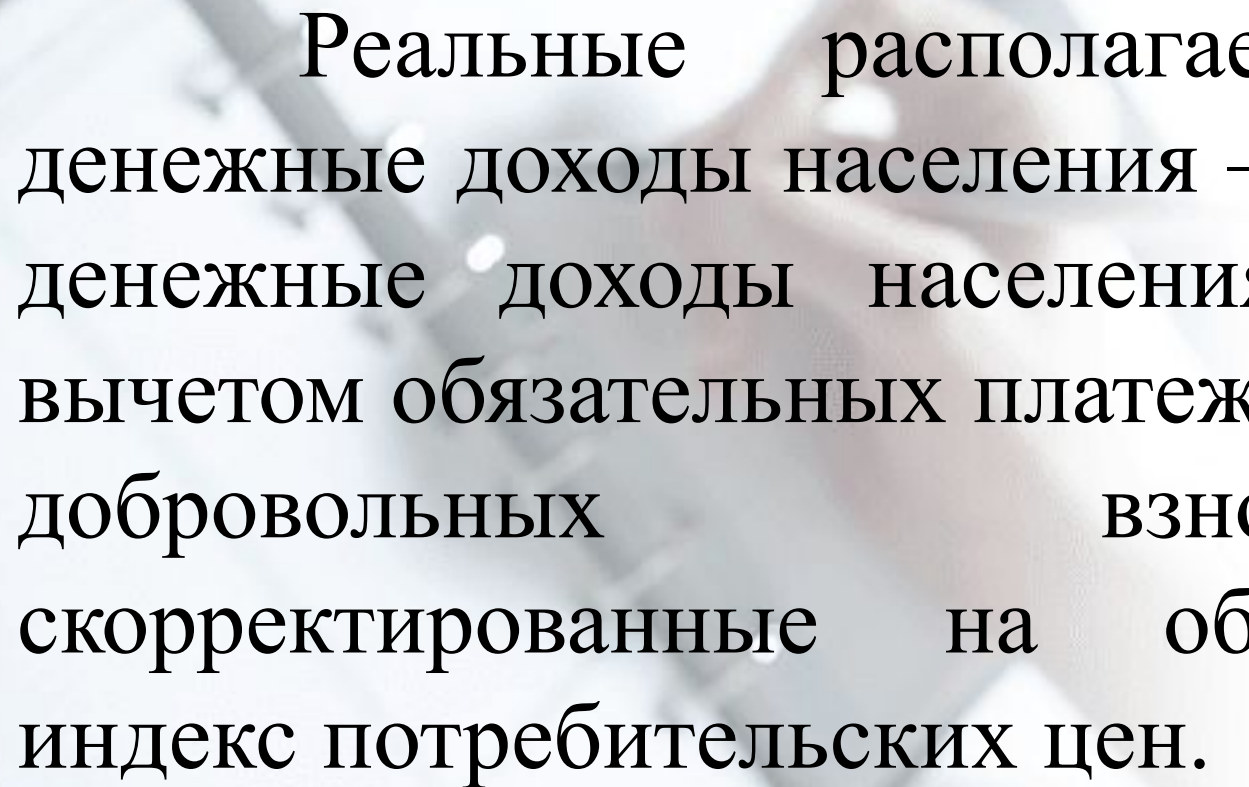


Индекс физического объема платных медицинских услуг,  
оказанных населению —  
относительный показатель,  
характеризующий изменение  
объема платных медицинских  
услуг в текущем периоде по  
сравнению с базисным.

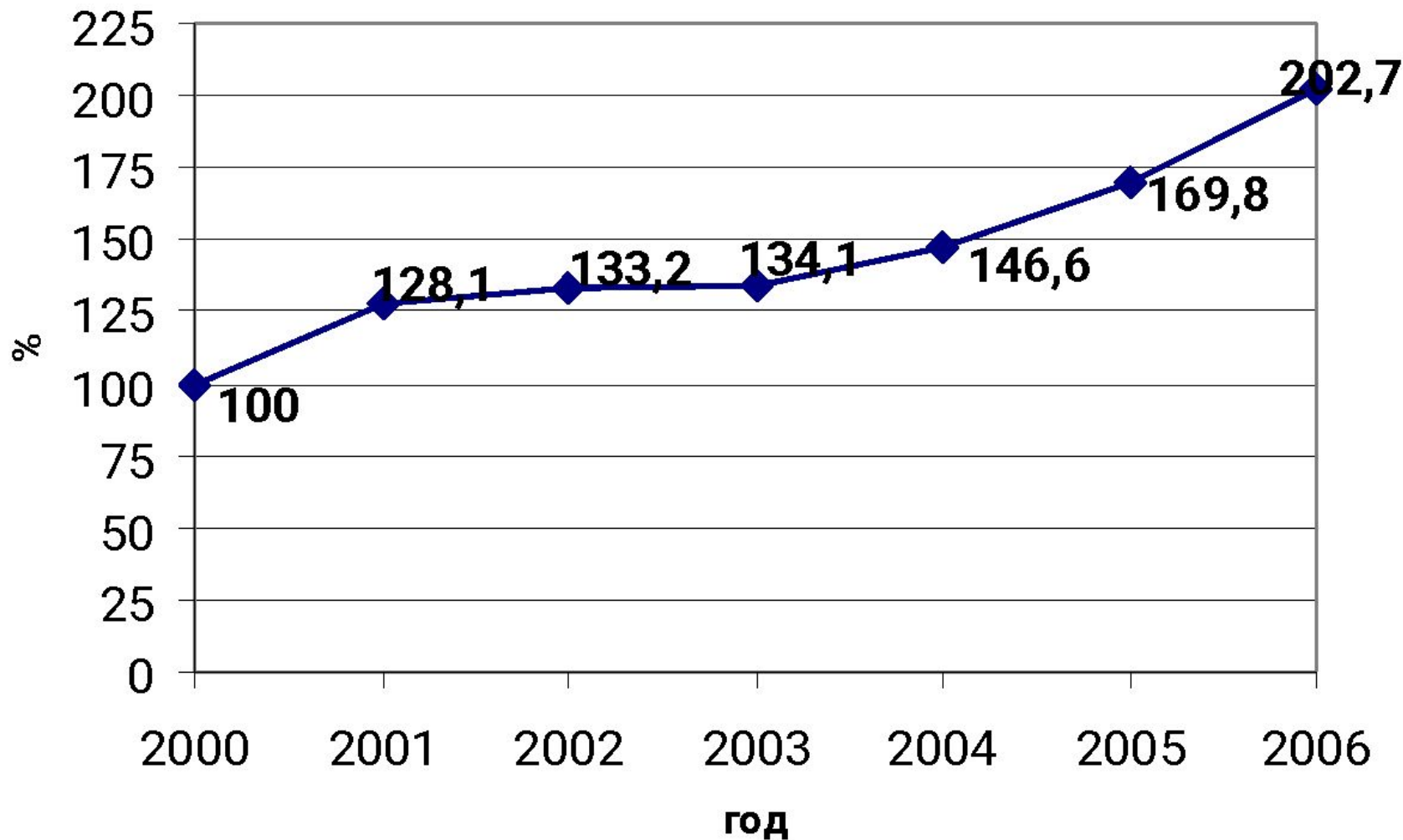




**Динамика физического объема реализации платных медицинских услуг населению (в сопоставимых ценах)**

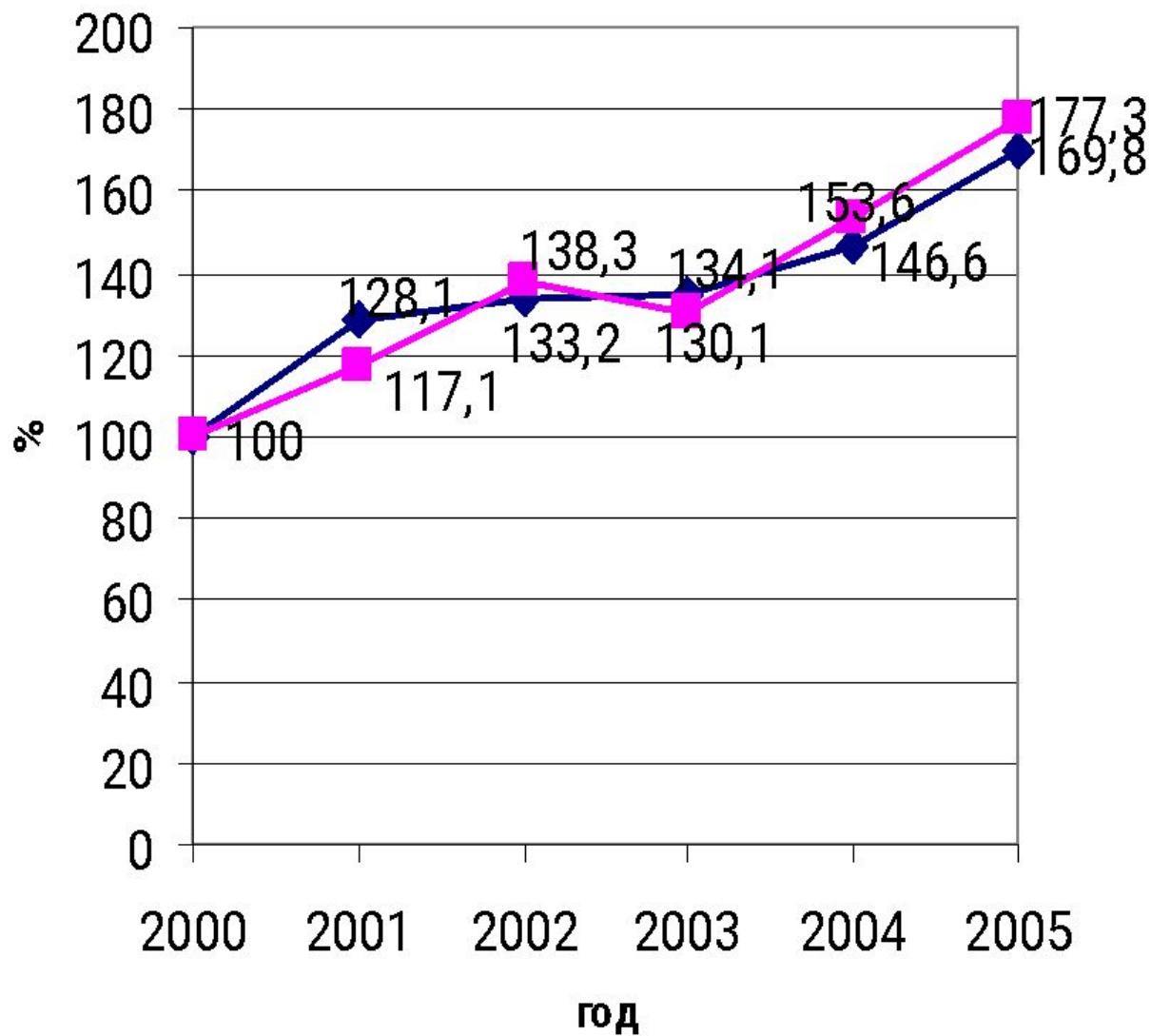
The background of the slide features a blurred image of a person's hands holding a pen over a document, suggesting a financial or administrative context. The text is overlaid on this background.

Реальные располагаемые денежные доходы населения – это денежные доходы населения за вычетом обязательных платежей и добровольных взносов, скорректированные на общий индекс потребительских цен.



2000 = 100 %

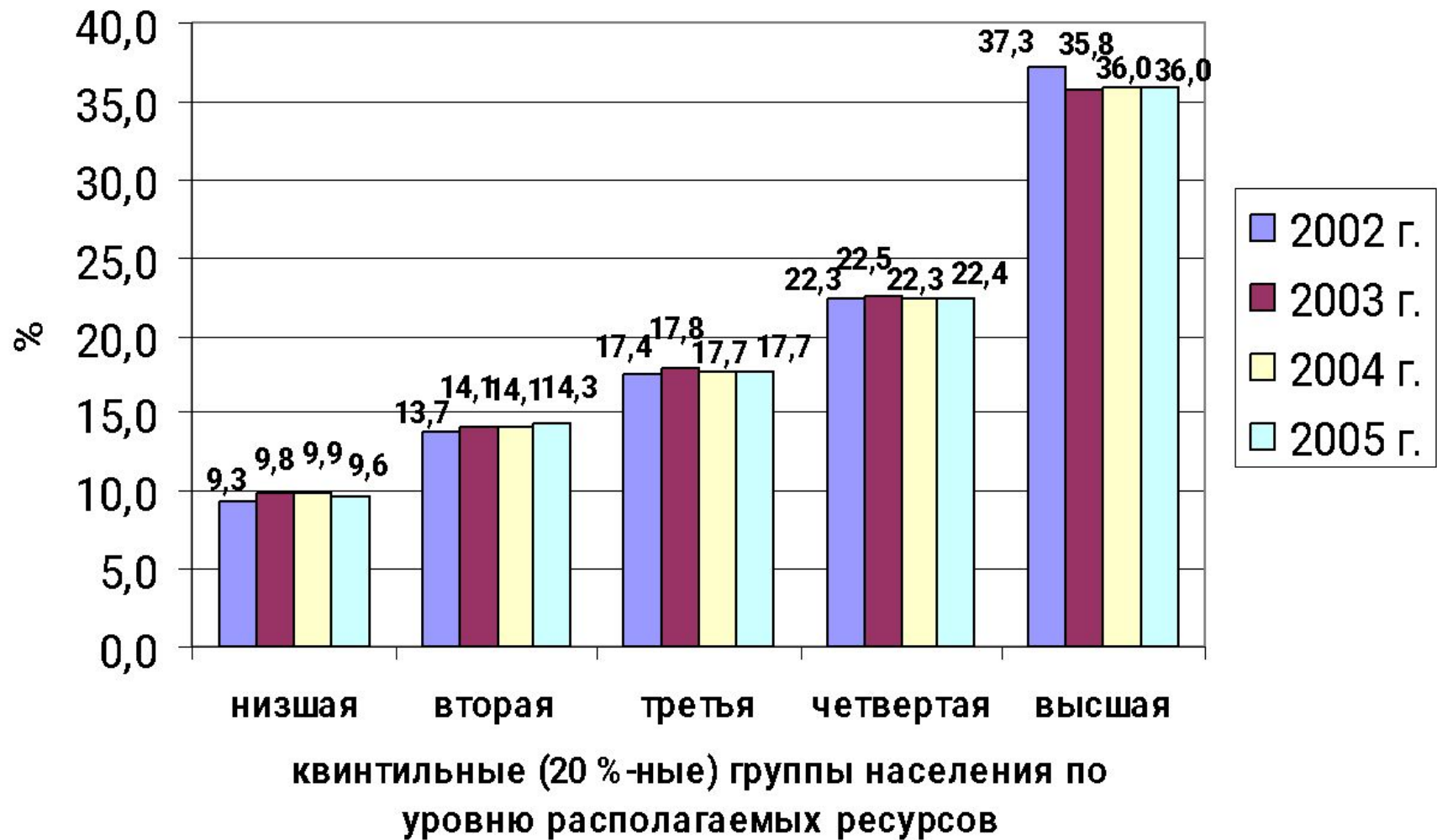
**Динамика реальных располагаемых  
денежных доходов населения**



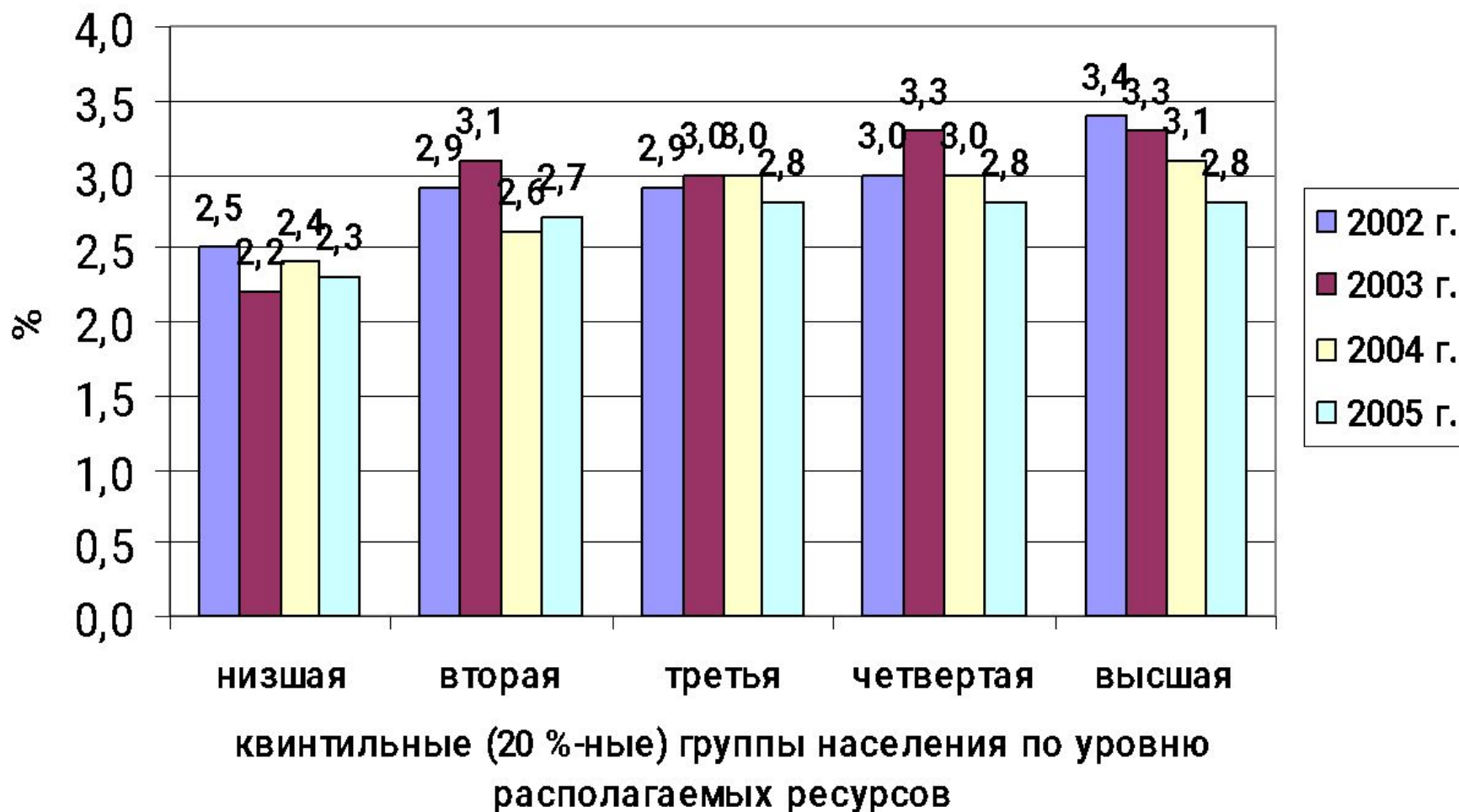
◆ Динамика реальных располагаемых доходов населения

■ Динамика физического объема реализации платных медицинских услуг

2000 = 100 %



**Распределение общего объема располагаемых ресурсов населения  
(по материалам выборочного обследования домашних хозяйств)**

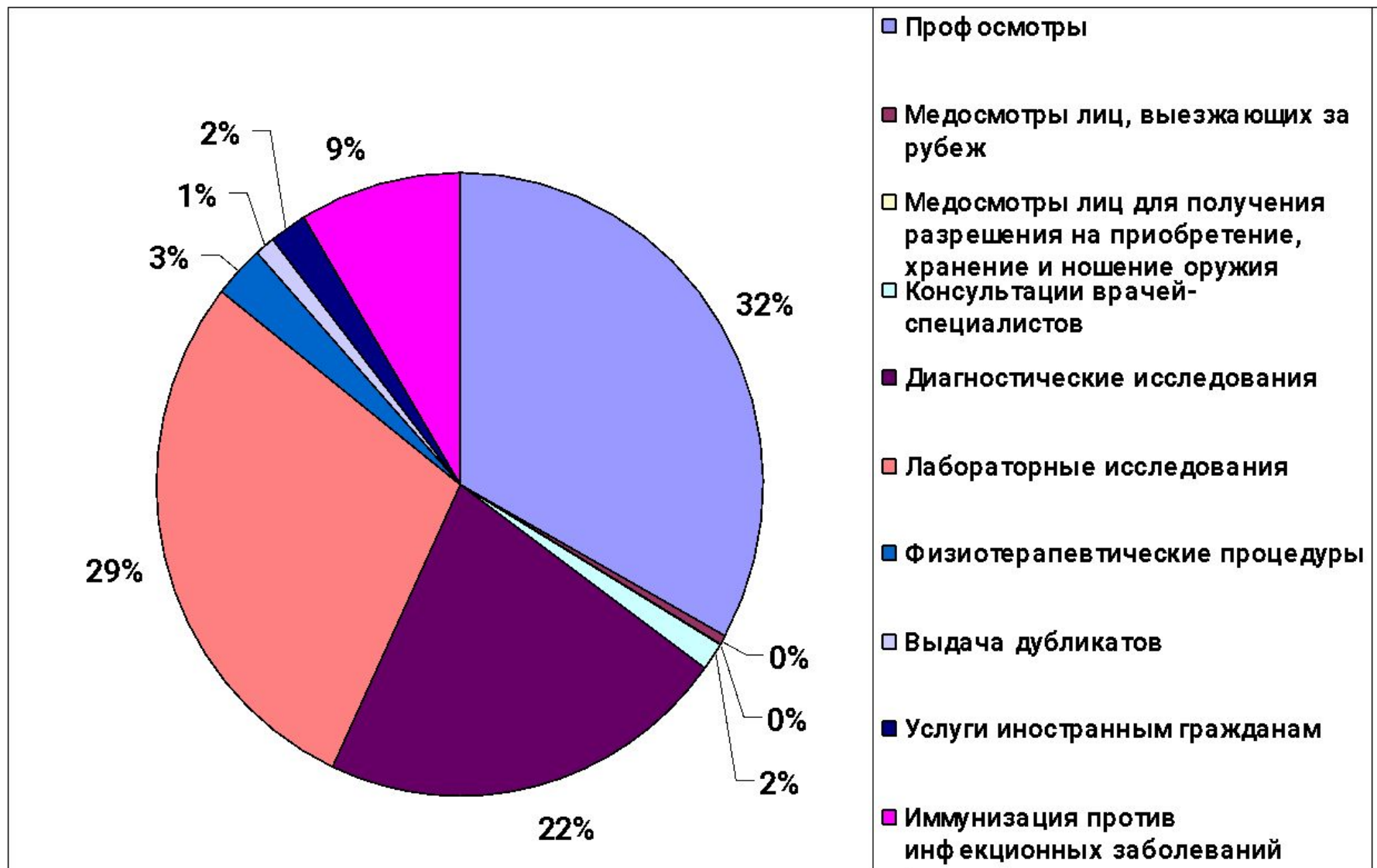


**Доля медицинских услуг в потребительских расходах населения по квинтильным (20 %-ным) группам (по материалам выборочного обследования домашних хозяйств)**



**Выполнение плана по платным медицинским услугам населению  
УЗ «7-я городская поликлиника г. Минска»**





**Структура платных медицинских услуг, оказанных населению в 2006 году, по УЗ «7-я городская поликлиника г. Минска»**

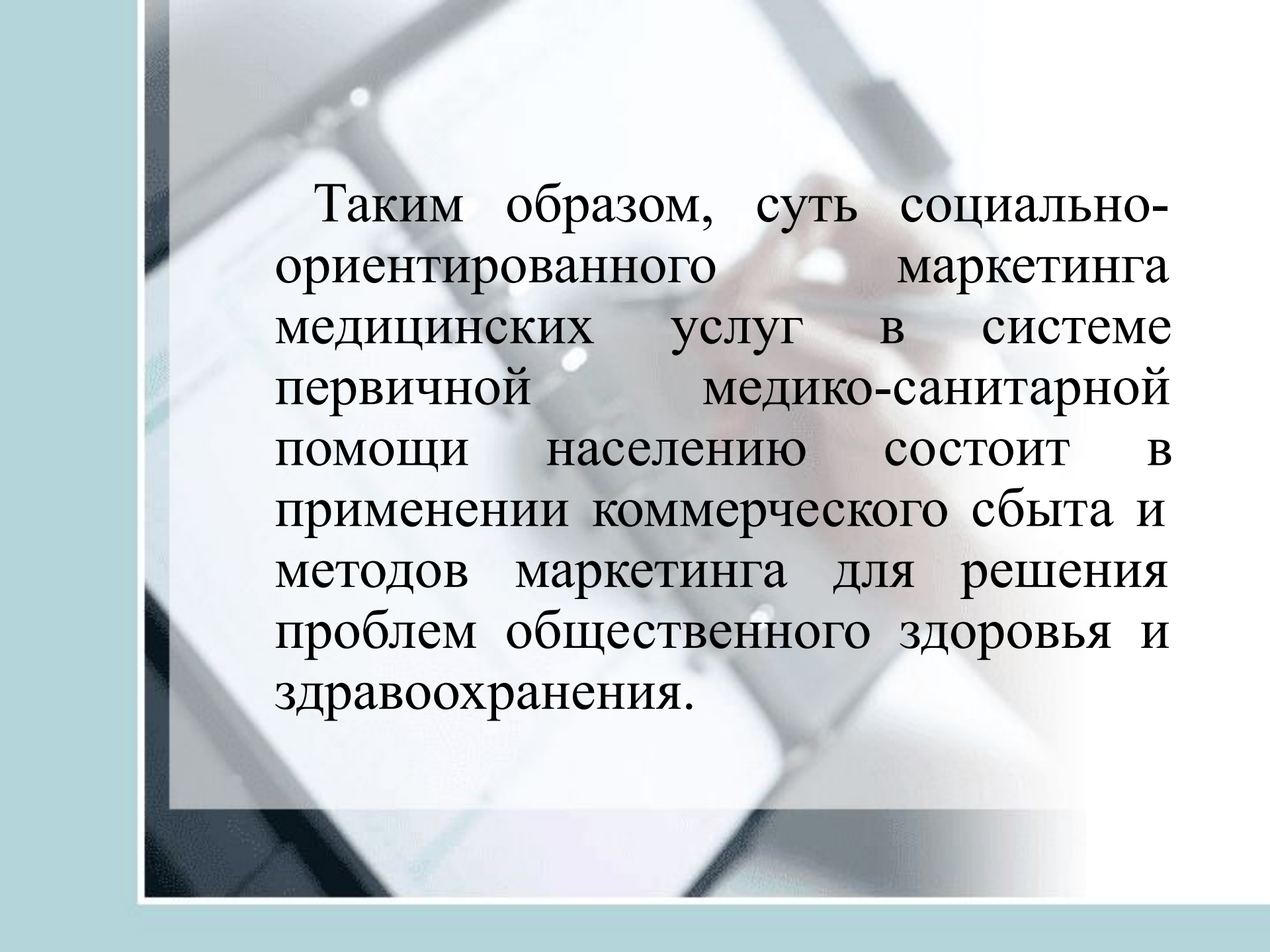
A hand holding a pen over a document, with a microscope in the background. The text is overlaid on this image.

Исследование маркетинга в системе первичной медико-санитарной помощи населению позволяет сделать следующие **ВЫВОДЫ:**

✓ Для выработки управленческого решения о введении платных медицинских услуг, позволяющих улучшить финансирование медицинской организации, необходима информация о состоянии рынка медицинских услуг, получению которой способствуют маркетинговые исследования.

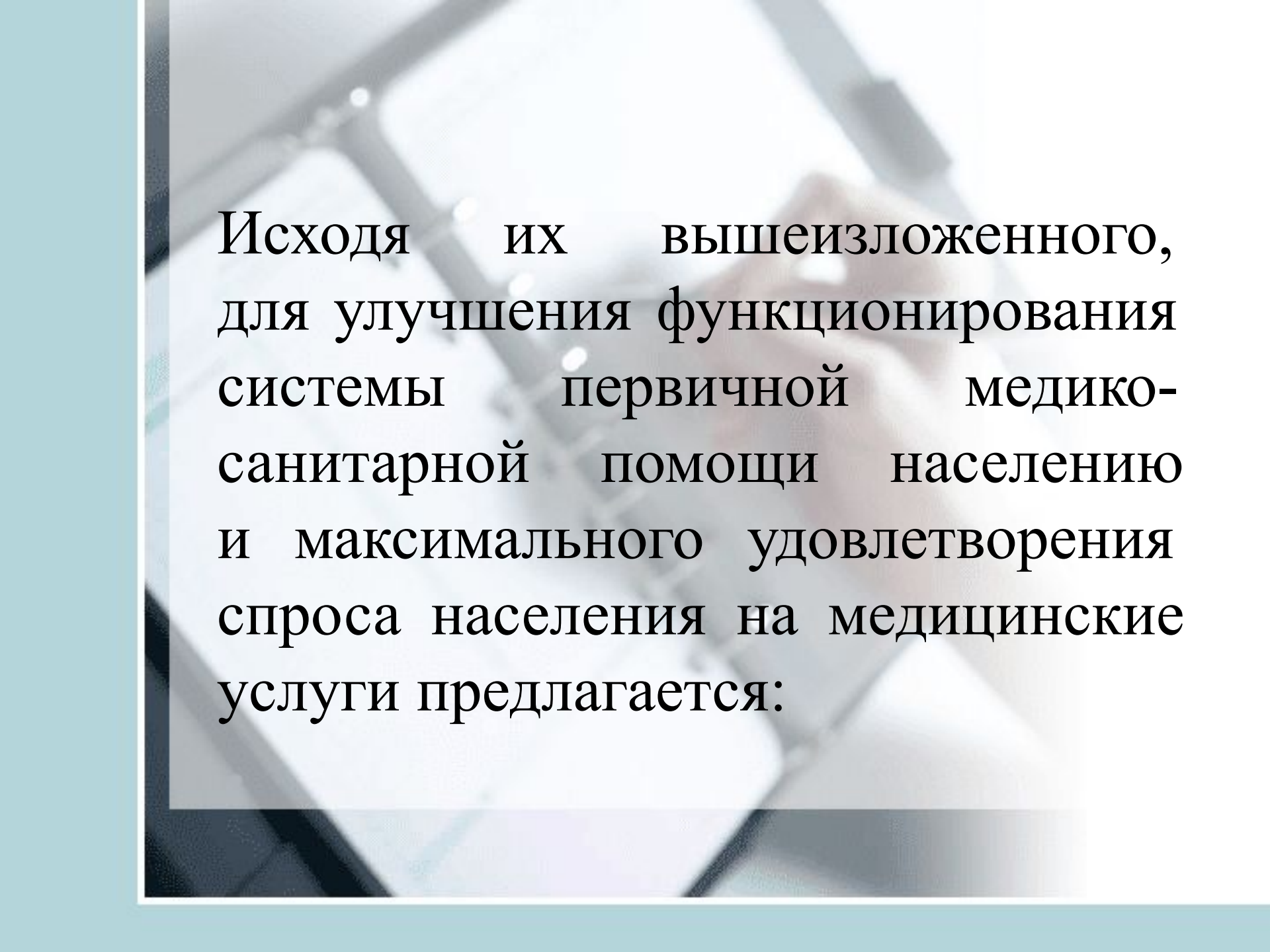
✓ За период 2000-2005 гг. наряду с увеличением реальных располагаемых доходов населения в РБ отмечался рост физического объема реализации платных медицинских услуг в сопоставимых ценах, несмотря на повышение цен и тарифов на платные медицинские услуги, что свидетельствует об увеличении спроса населения на платные медицинские услуги.

✓ Доля расходов на медицинские услуги в структуре всех потребительских расходов населения в 2002-2005 гг. практически не изменялась и составляла в среднем 2,9 %, что, вероятно, обусловлено не только существованием преимущественно бюджетного здравоохранения, но и отсутствием медицинской культуры, низкой ценностью и невнимательным отношением к здоровью в обществе.



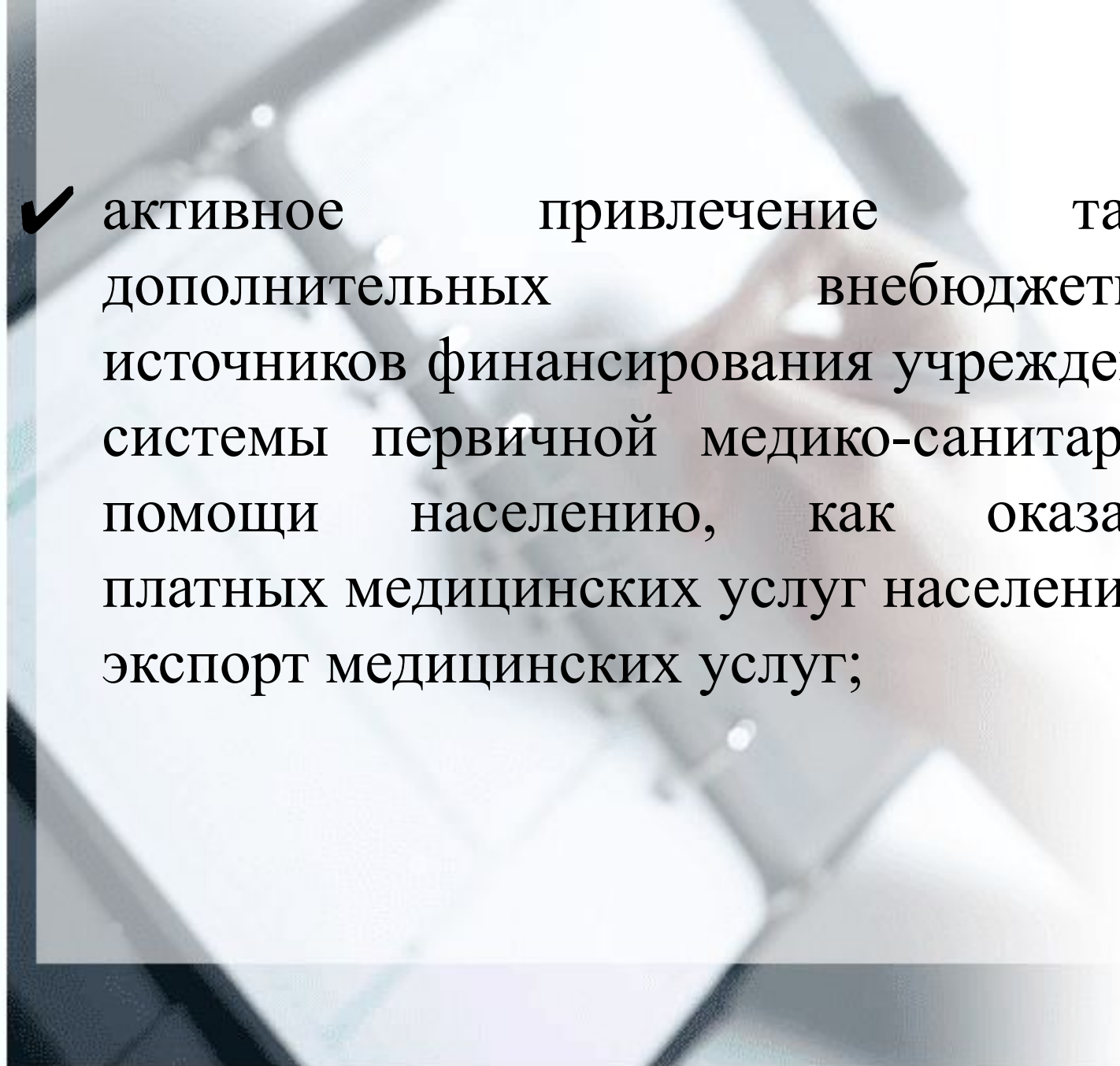
Таким образом, суть социально-ориентированного маркетинга медицинских услуг в системе первичной медико-санитарной помощи населению состоит в применении коммерческого сбыта и методов маркетинга для решения проблем общественного здоровья и здравоохранения.

Такой маркетинг направлен на повышение ценности здоровья в обществе, развитие медицинской культуры населения и, как следствие, увеличение доли медицинских услуг в потребительских расходах населения и привлечение дополнительных внебюджетных средств в здравоохранение.



Исходя из вышеизложенного, для улучшения функционирования системы первичной медико-санитарной помощи населению и максимального удовлетворения спроса населения на медицинские услуги предлагается:





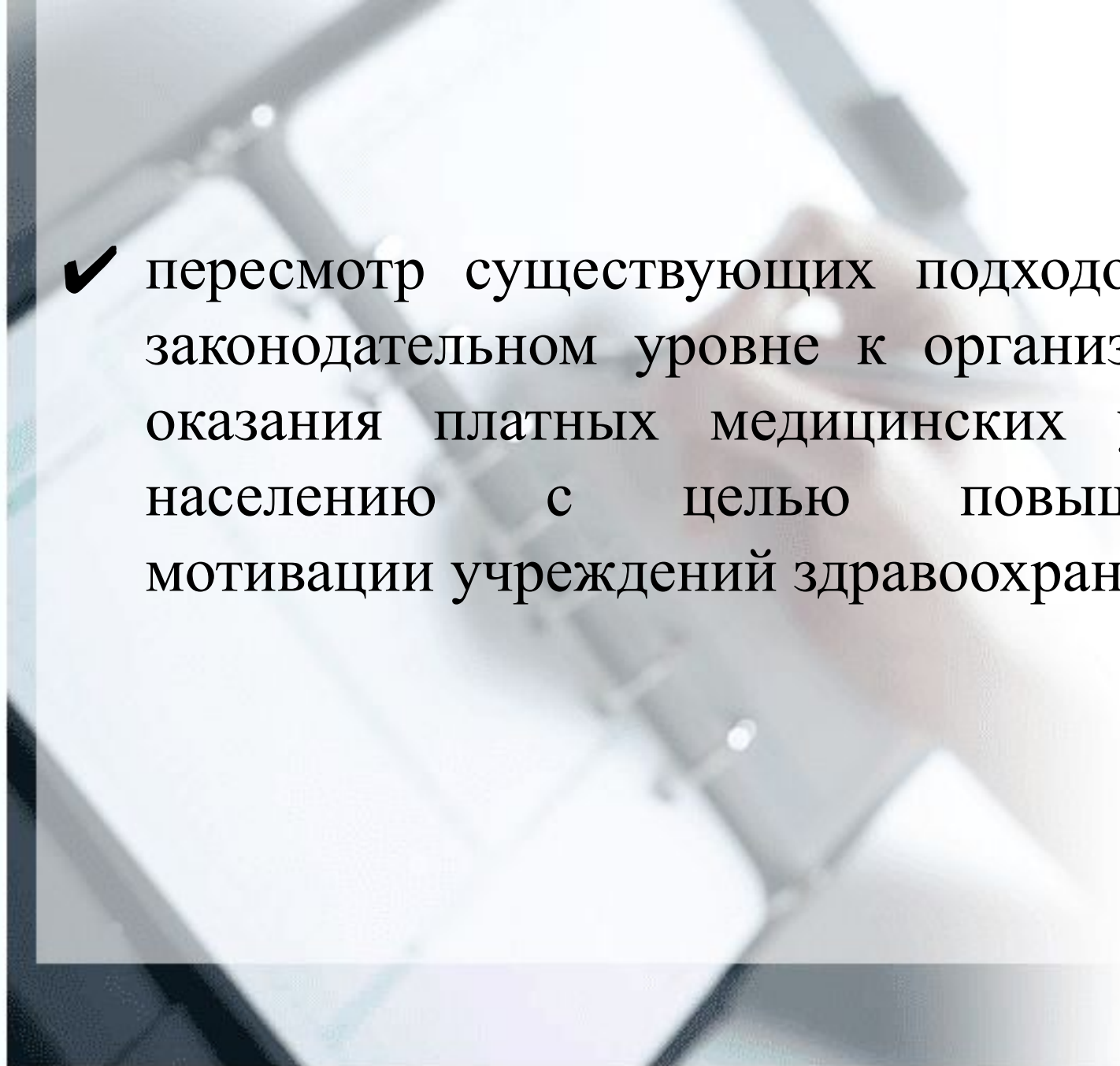
✓ активное привлечение таких дополнительных внебюджетных источников финансирования учреждений системы первичной медико-санитарной помощи населению, как оказание платных медицинских услуг населению и экспорт медицинских услуг;

- ✓ комплексное применение инструментов маркетинга медицинских услуг в системе первичной медико-санитарной помощи населению;
- ✓ использование информации о состоянии рынка медицинских услуг и потребительских предпочтениях для выработки управленческих решений в системе первичной медико-санитарной помощи населению;

- ✓ введение должности специалиста по изучению рынка медицинских услуг (маркетолога) для установления воспринимаемости услуг пациентами, разработке маркетинговых программ и т. п.;
- ✓ организация подготовки кадров по данной специальности;



✓ разработка научно обоснованной стратегии и нормативно-правовой базы по маркетингу медицинских услуг;

- 
- ✓ пересмотр существующих подходов на законодательном уровне к организации оказания платных медицинских услуг населению с целью повышения мотивации учреждений здравоохранения.

A hand holding a pen is shown writing on a document. The image is semi-transparent, allowing the text to be clearly visible. The text is in a bold, black, serif font. The background is a light blue gradient.

**БЛАГОДАРЮ  
ЗА ВНИМАНИЕ!**

Для того чтобы узнать, во сколько раз увеличился (снизился) объем платных медицинских услуг в результате изменения только его физического объема, при исключенном влиянии динамики цен, применяют индекс физического объема платных медицинских услуг, оказанных населению. Это относительный показатель, характеризующий изменение объема платных медицинских услуг в текущем периоде по сравнению с базисным

