

**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.

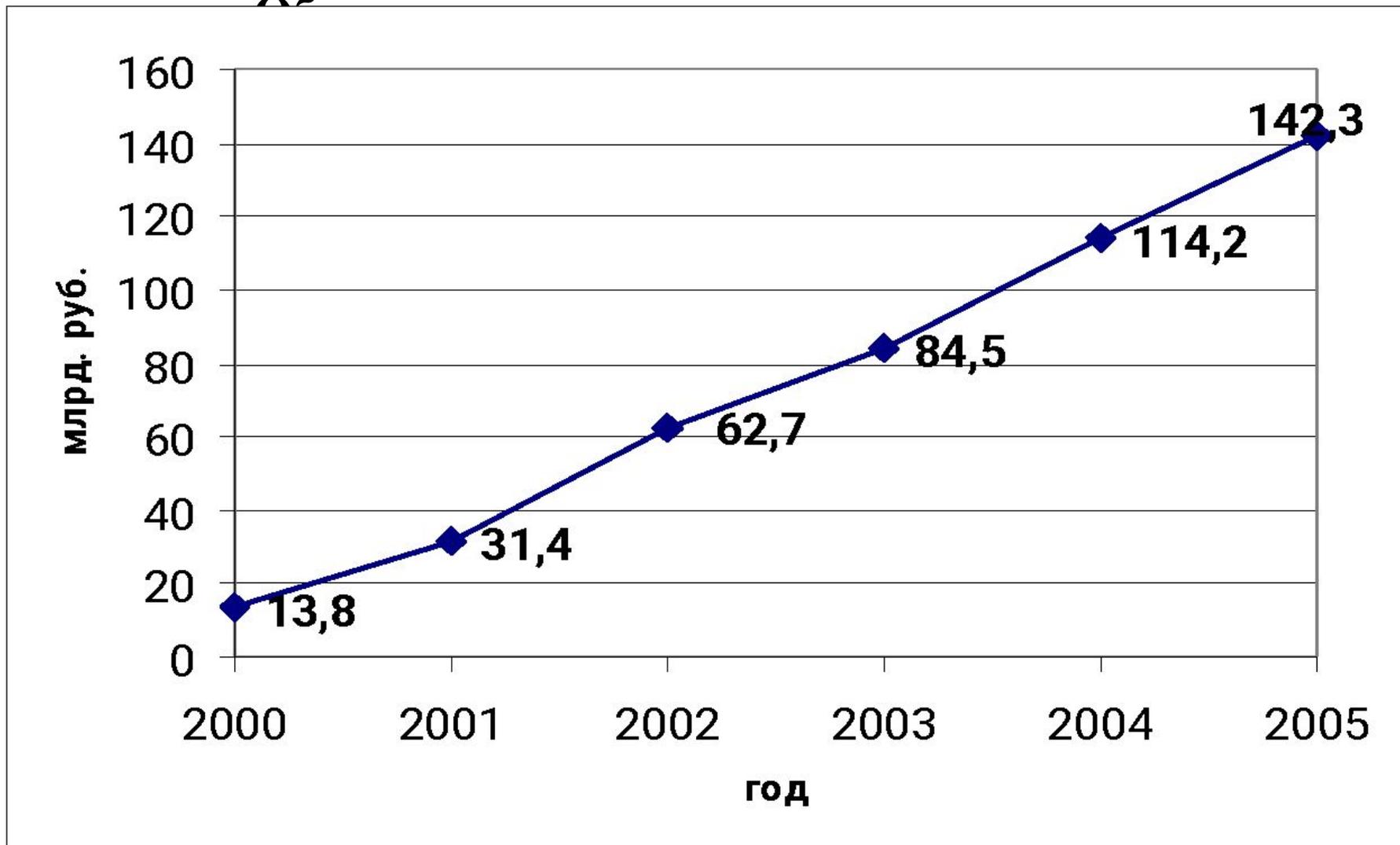
Цель диссертации:

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

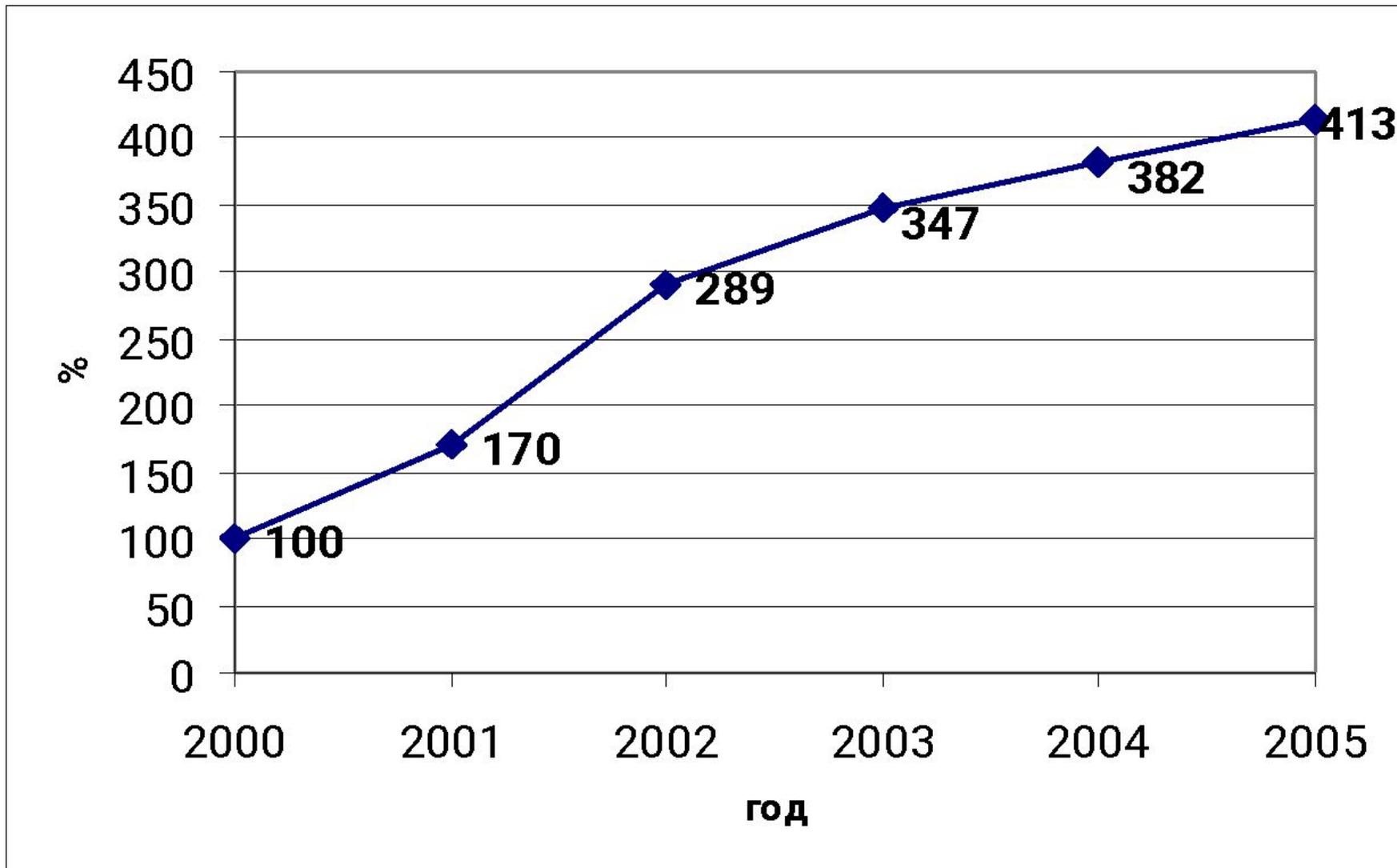
Основные задачи:

- ✓ 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)**

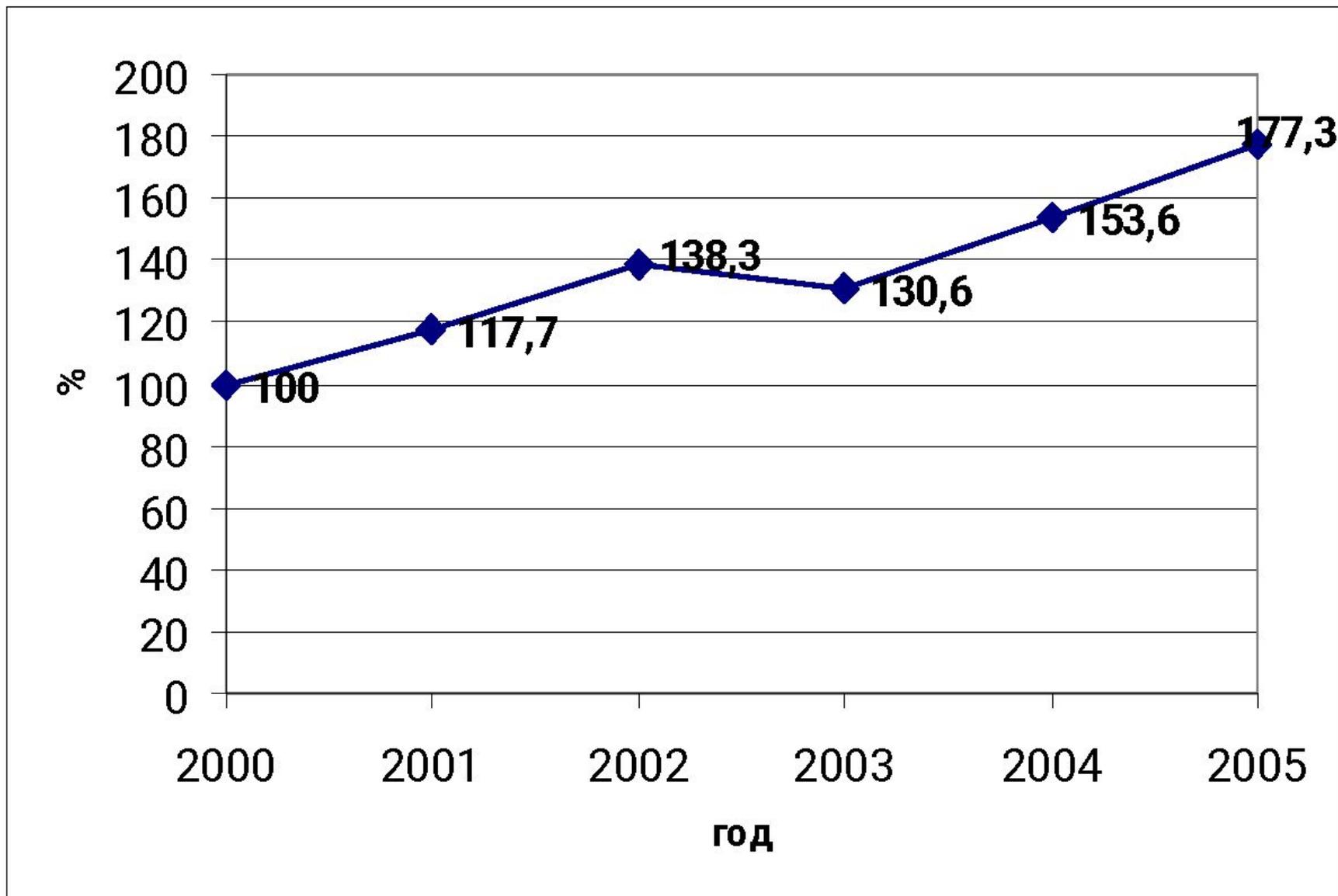


2000 = 100 %

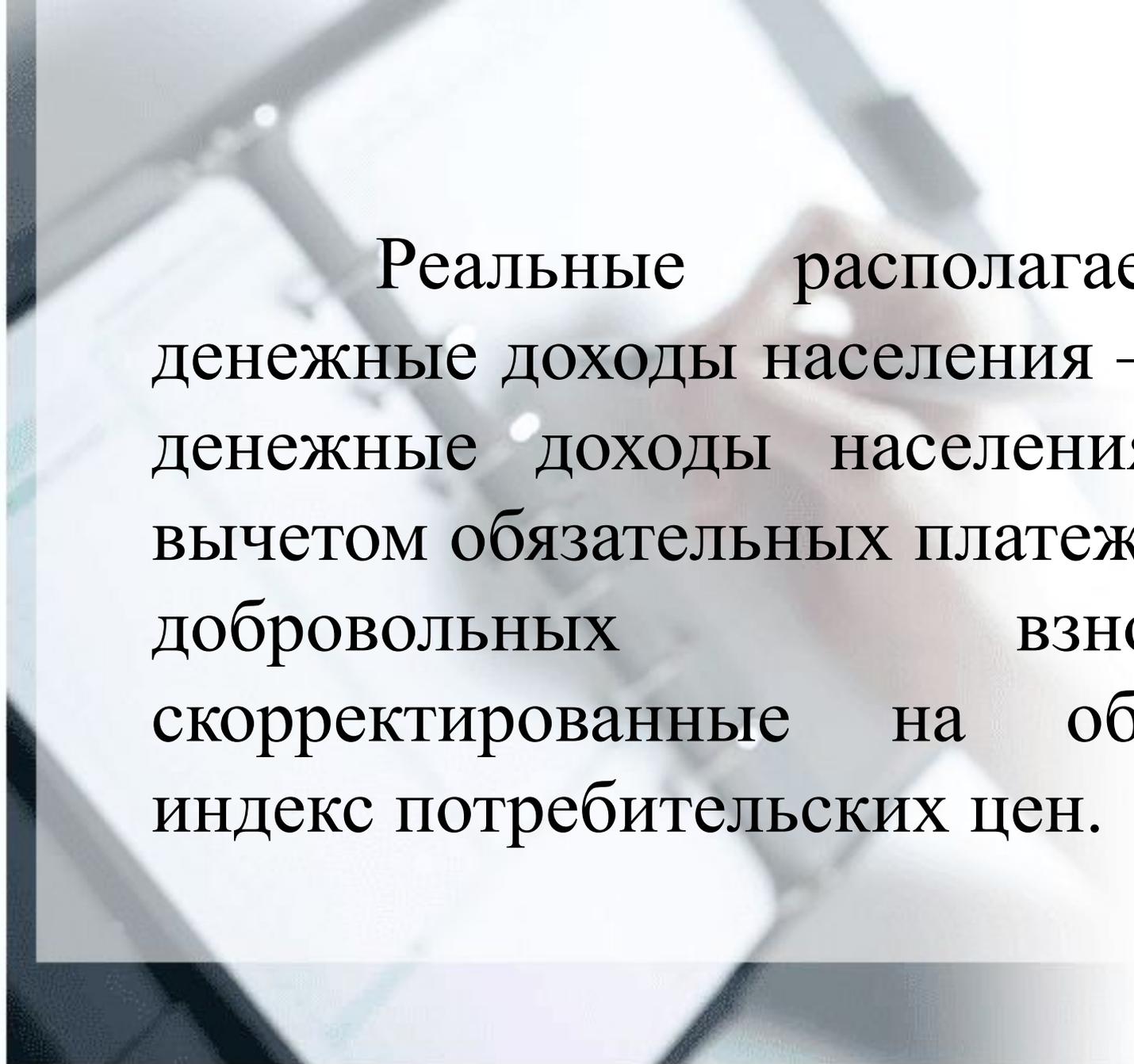
Динамика цен и тарифов на платные медицинские услуги

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

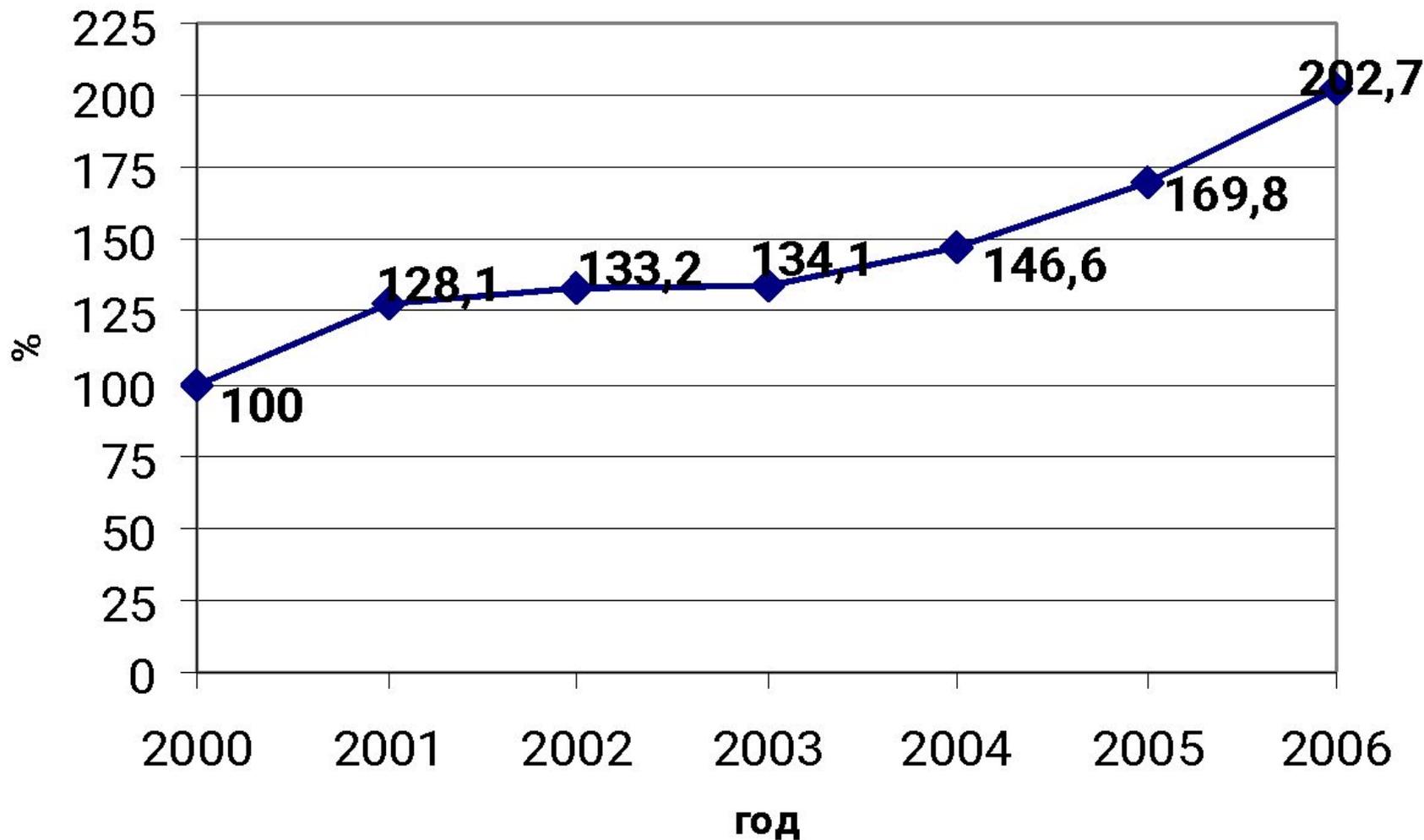




Динамика физического объема реализации платных медицинских услуг населению (в сопоставимых ценах)

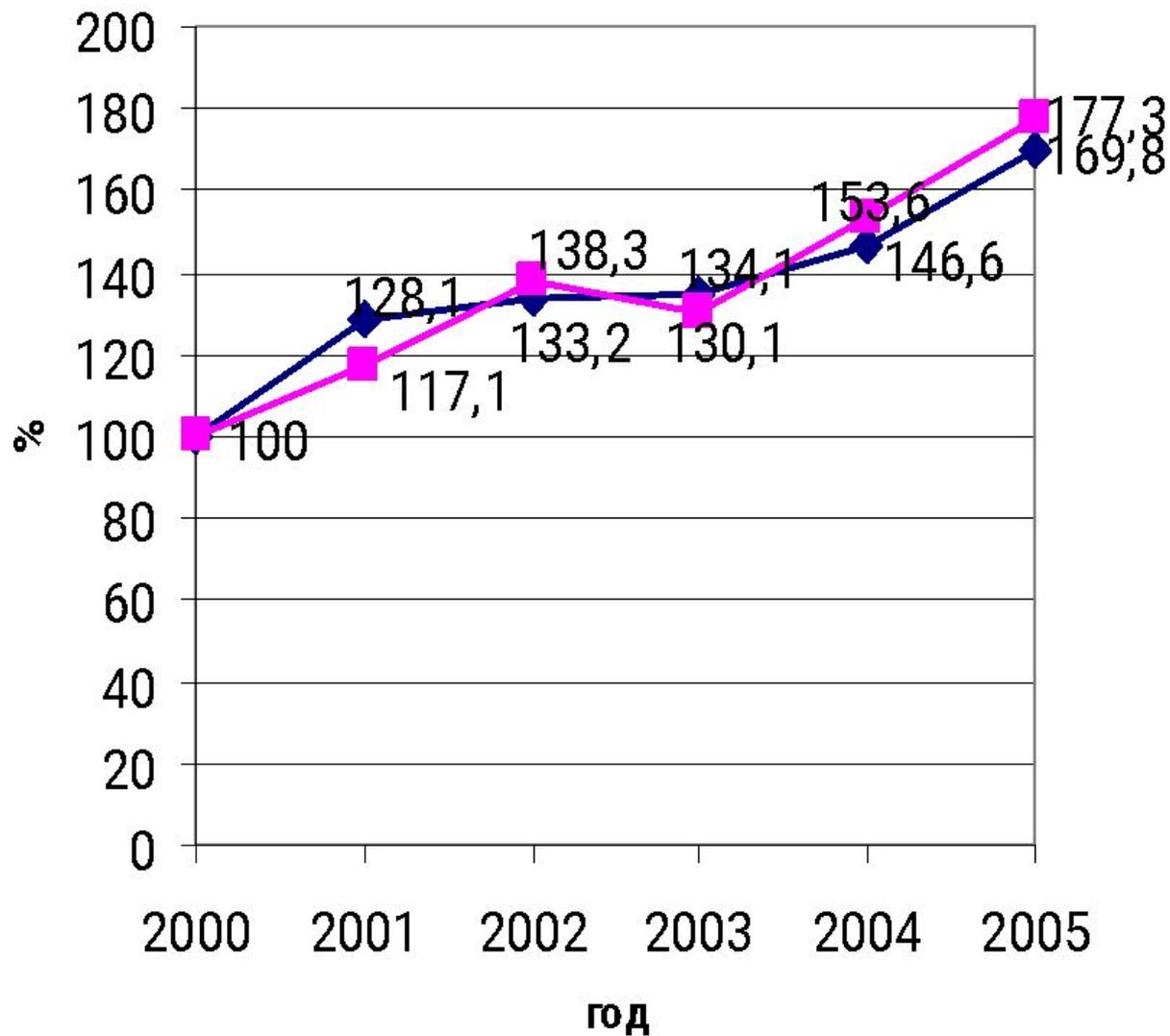


Реальные располагаемые денежные доходы населения – это денежные доходы населения за вычетом обязательных платежей и добровольных взносов, скорректированные на общий индекс потребительских цен.



2000 = 100 %

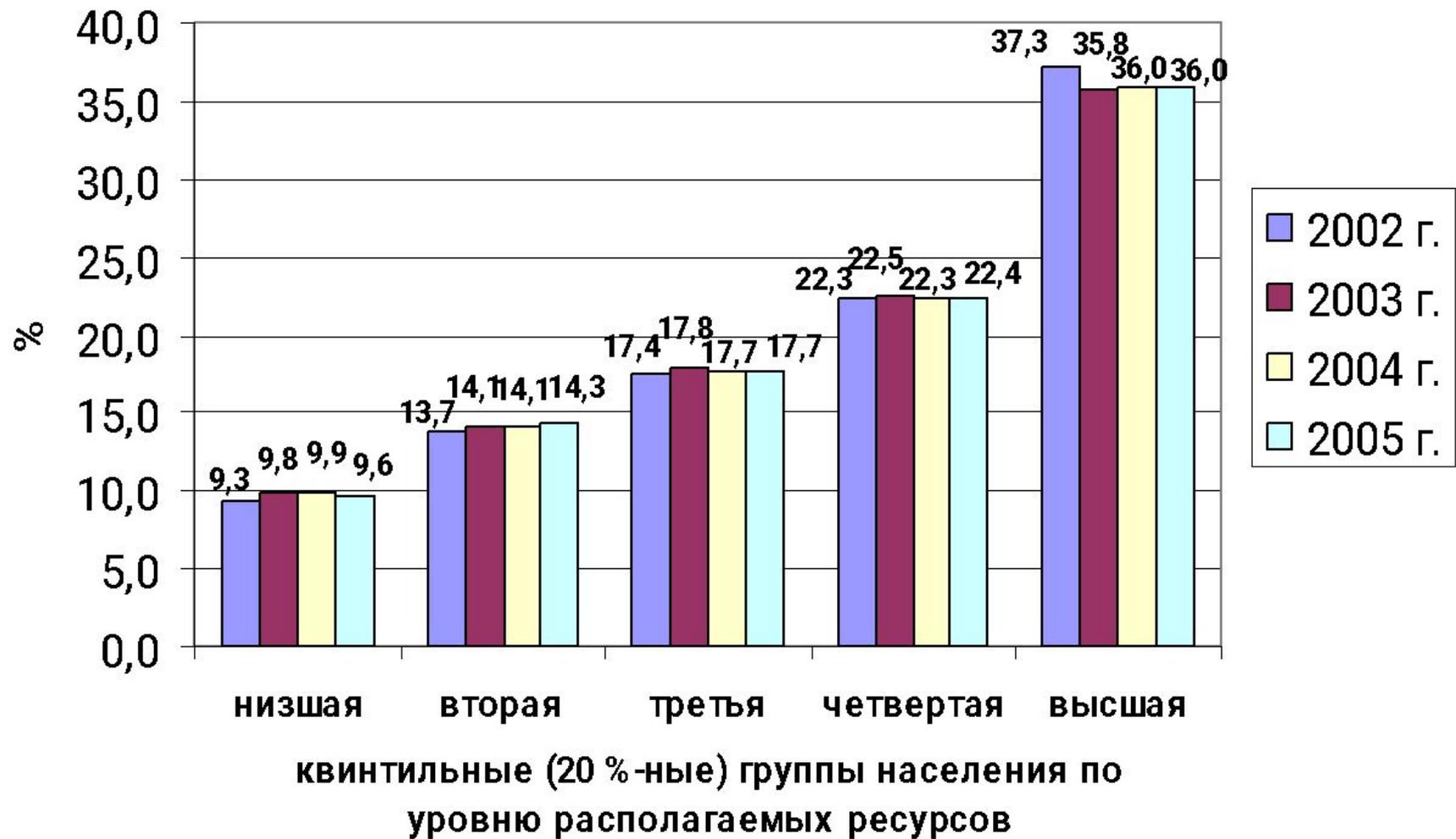
**Динамика реальных располагаемых
денежных доходов населения**



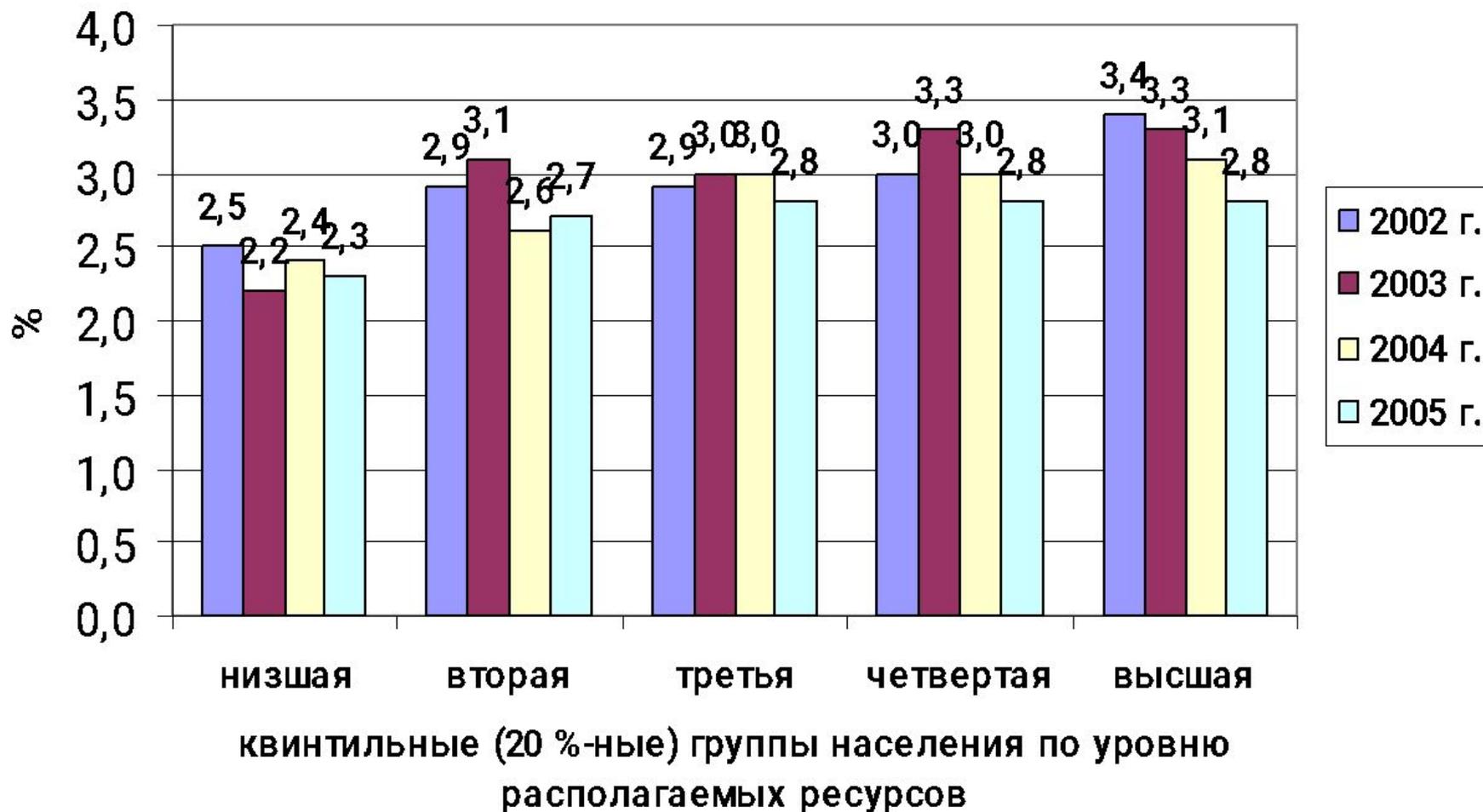
◆ Динамика реальных располагаемых доходов населения

■ Динамика физического объема реализации платных медицинских услуг

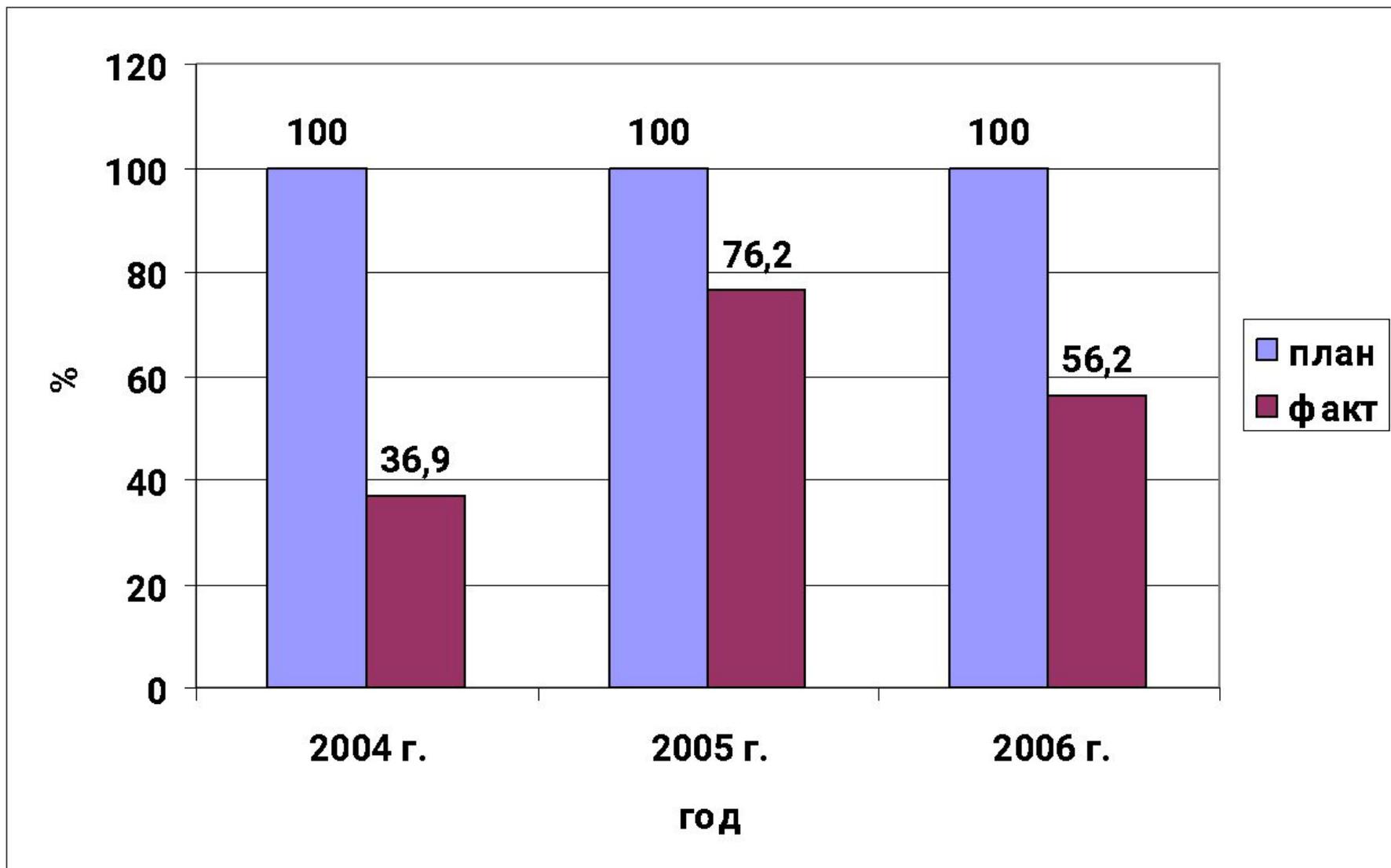
2000 = 100 %



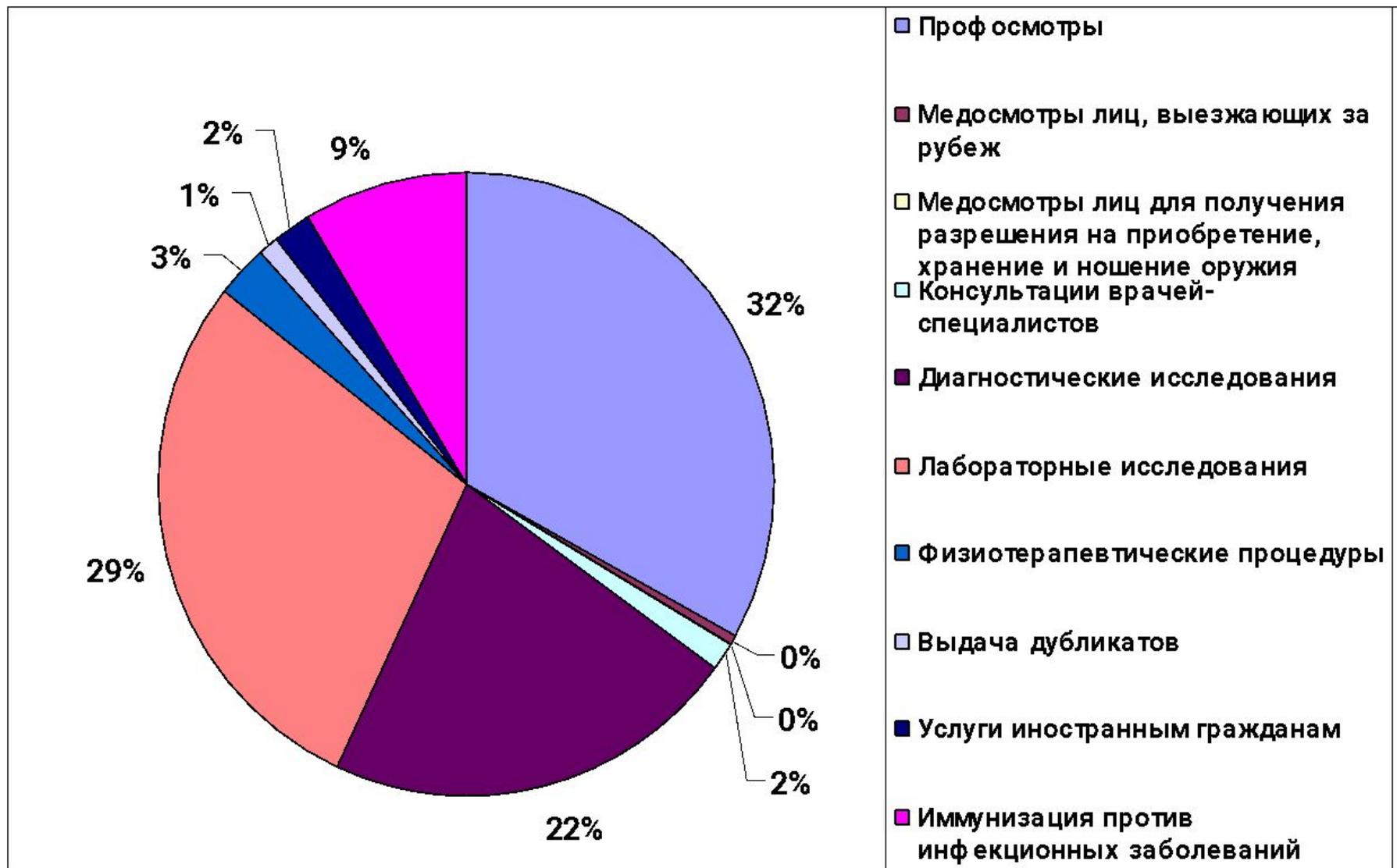
**Распределение общего объема располагаемых ресурсов населения
(по материалам выборочного обследования домашних хозяйств)**



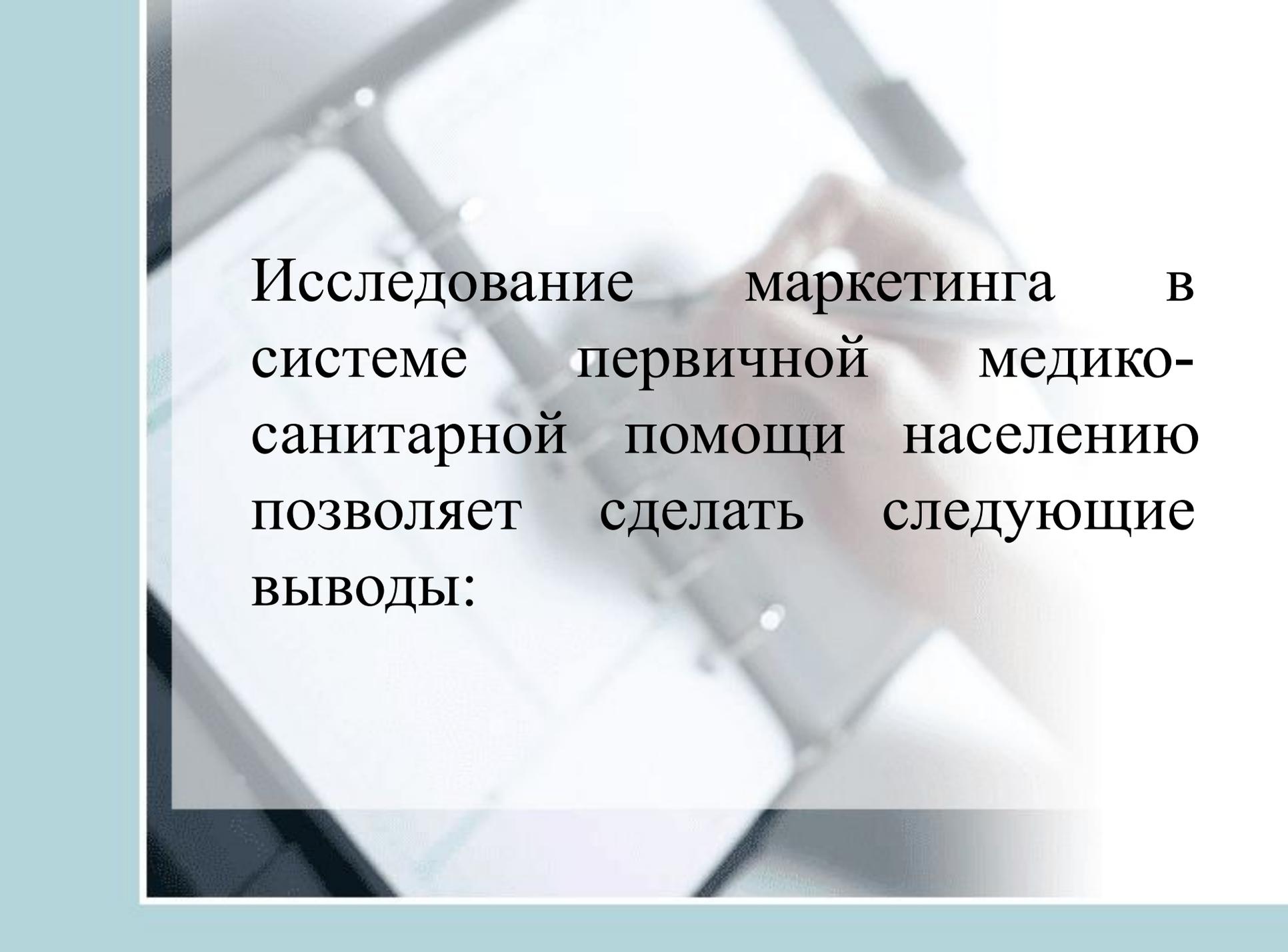
Доля медицинских услуг в потребительских расходах населения по квильным (20 %-ным) группам (по материалам выборочного обследования домашних хозяйств)



**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»

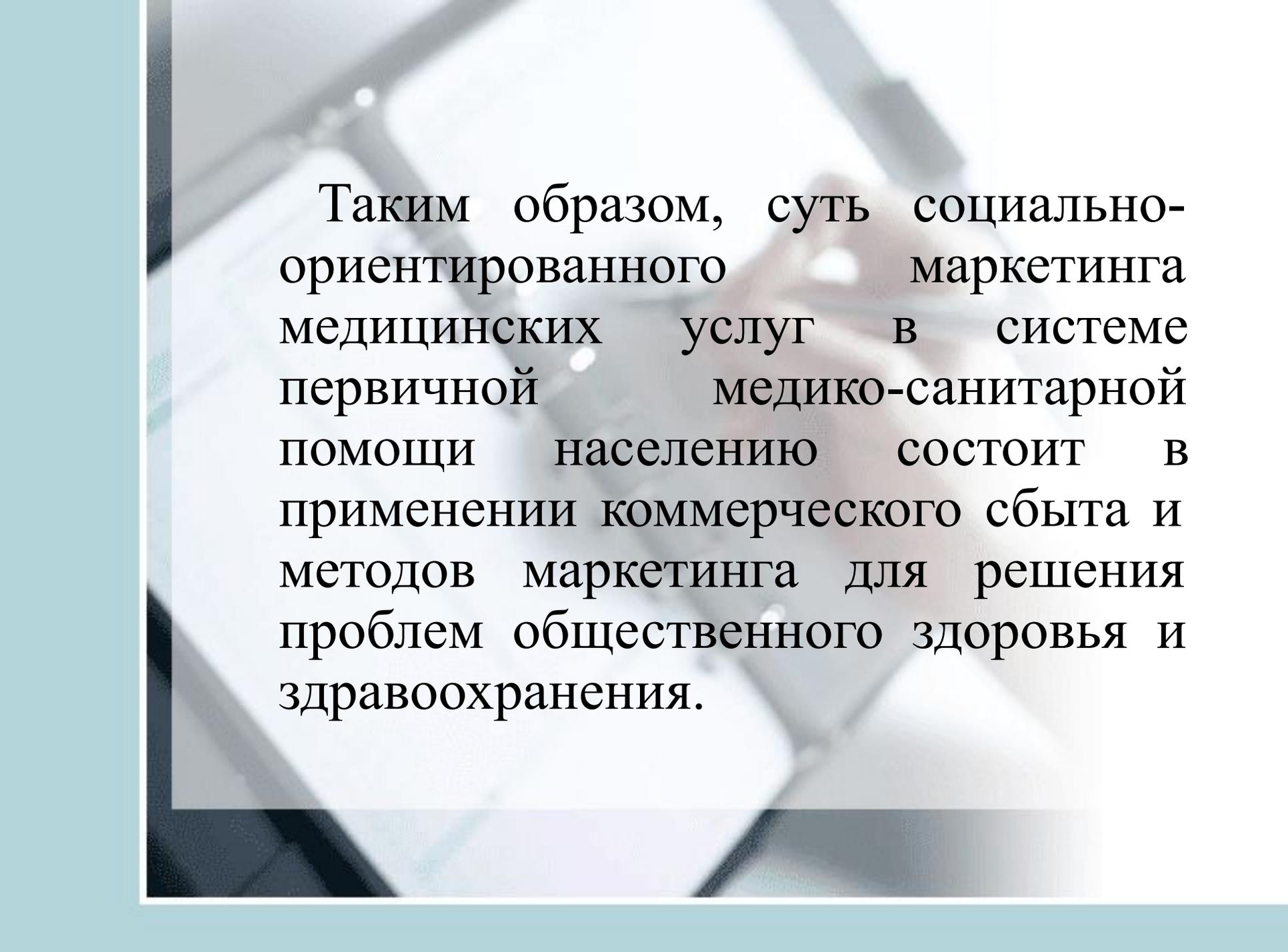
A hand holding a pen over a document, with a microscope in the background. The text is overlaid on this image.

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.

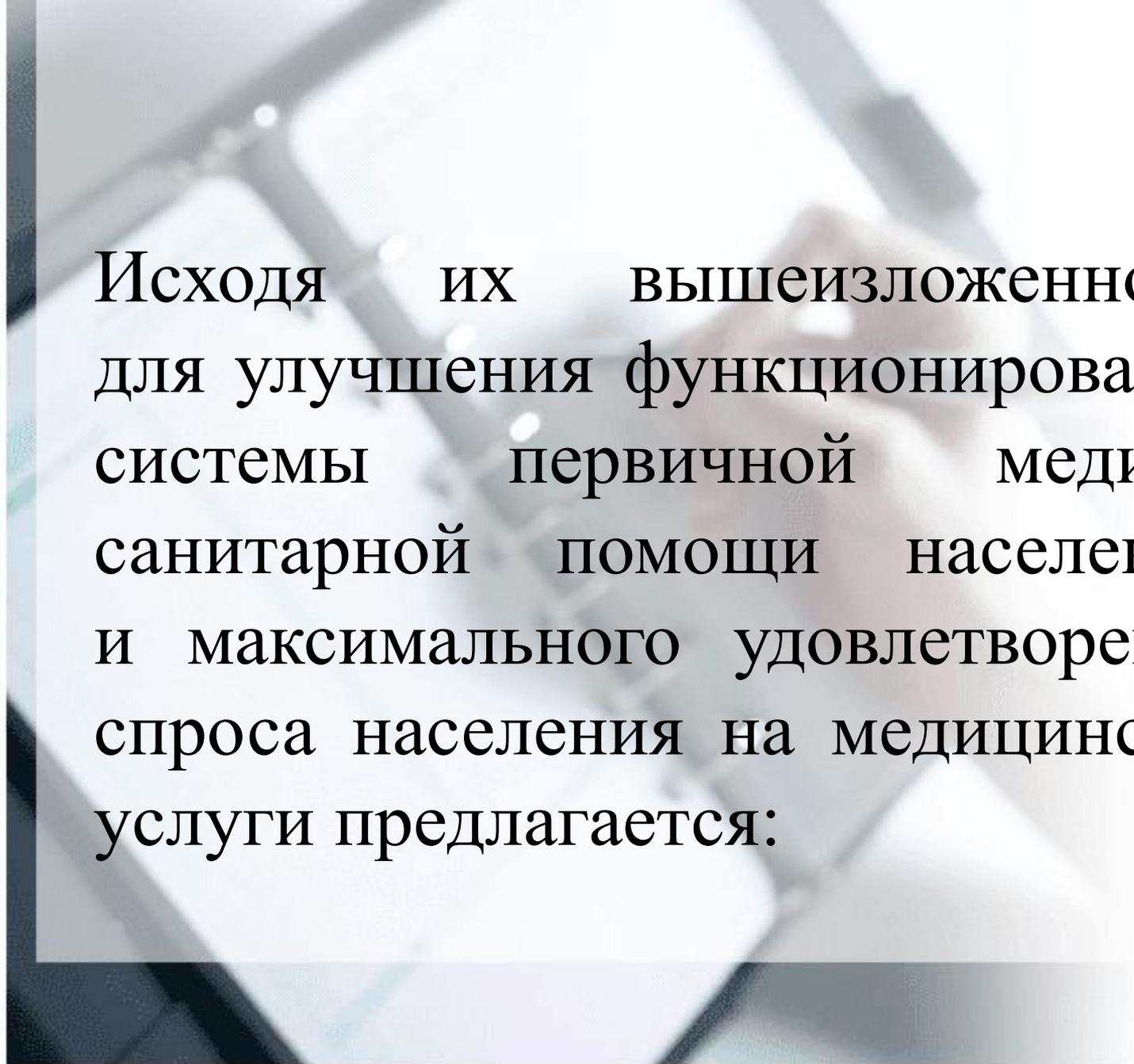
✓ За период 2000-2005 гг. наряду с увеличением реальных располагаемых доходов населения в РБ отмечался рост физического объема реализации платных медицинских услуг в сопоставимых ценах, несмотря на повышение цен и тарифов на платные медицинские услуги, что свидетельствует об увеличении спроса населения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

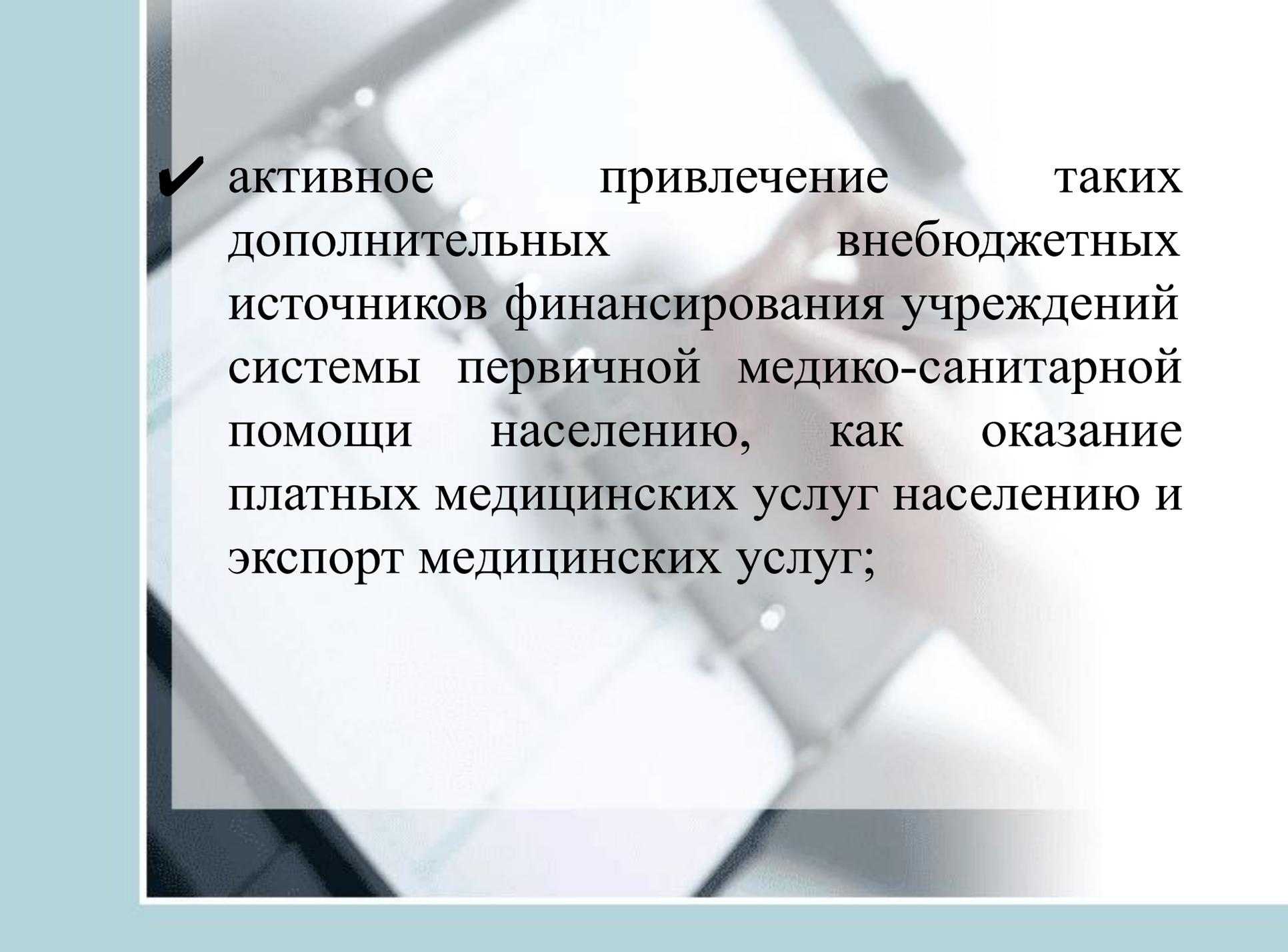


Таким образом, суть социально-ориентированного маркетинга медицинских услуг в системе первичной медико-санитарной помощи населению состоит в применении коммерческого сбыта и методов маркетинга для решения проблем общественного здоровья и здравоохранения.

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.



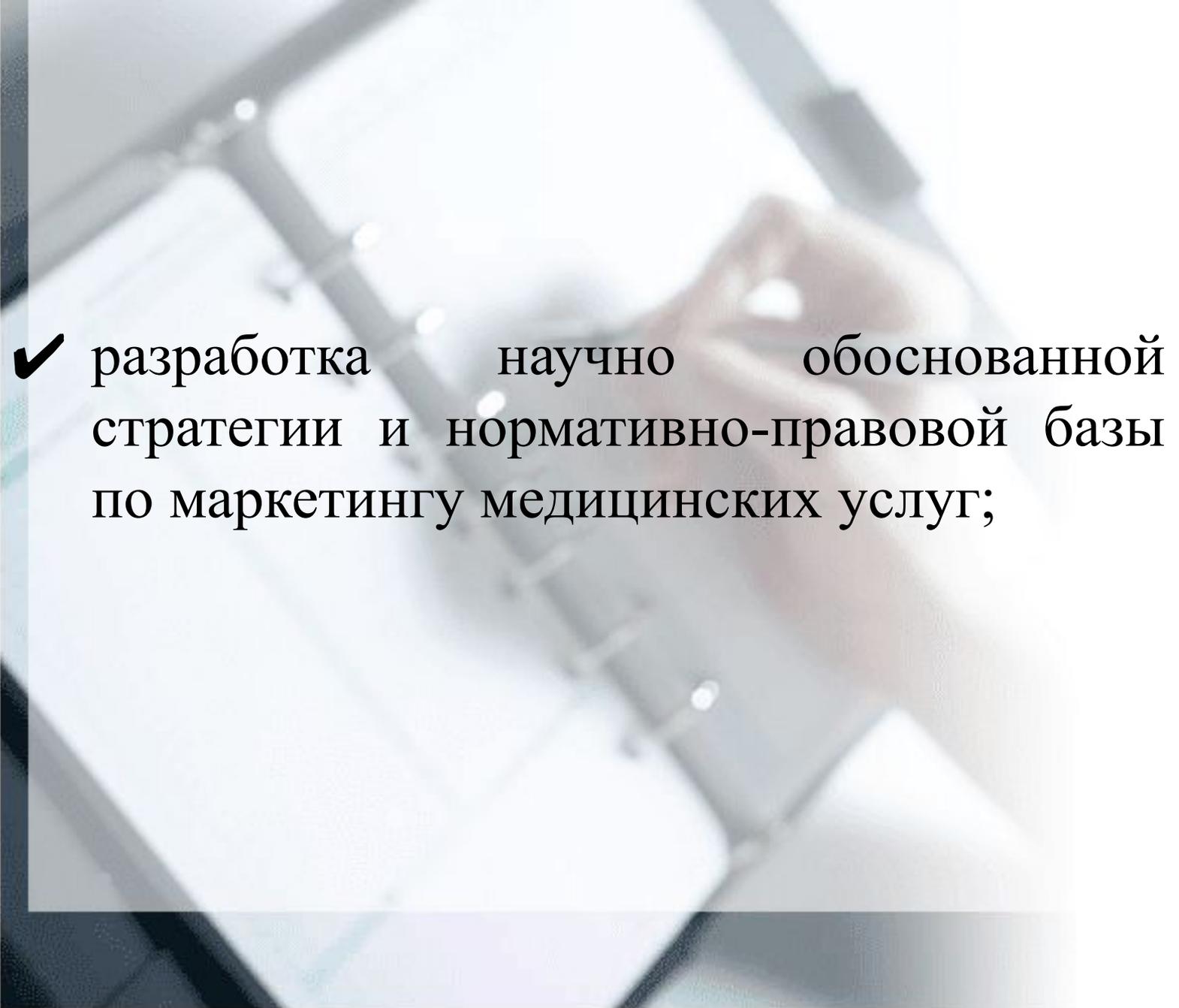
Исходя из вышеизложенного, для улучшения функционирования системы первичной медико-санитарной помощи населению и максимального удовлетворения спроса населения на медицинские услуги предлагается:

A background image showing a hand holding a pen, poised to sign a document. The image is slightly blurred and has a light, airy feel. The text is overlaid on this background.

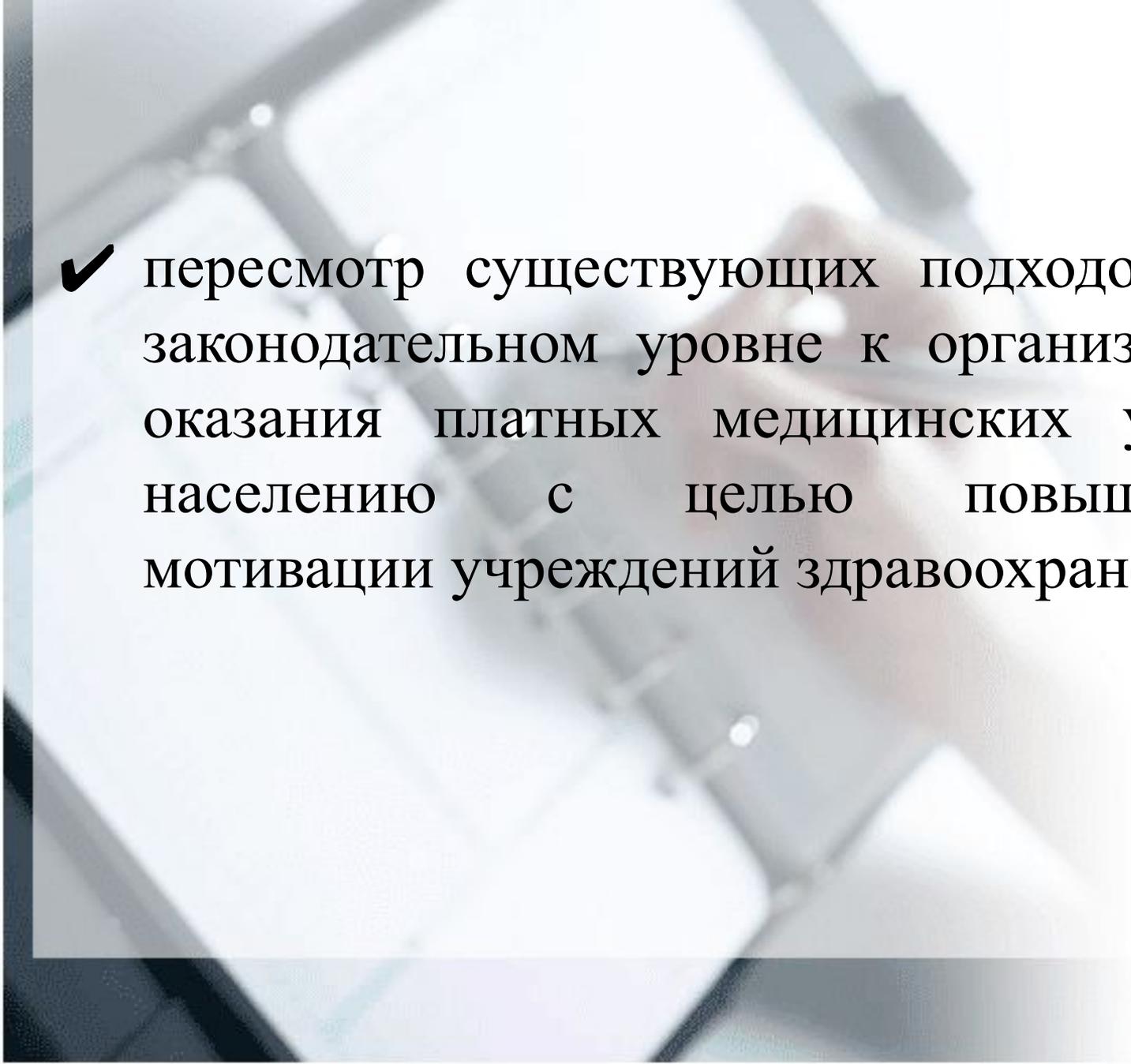
✓ активное привлечение таких дополнительных внебюджетных источников финансирования учреждений системы первичной медико-санитарной помощи населению, как оказание платных медицинских услуг населению и экспорт медицинских услуг;

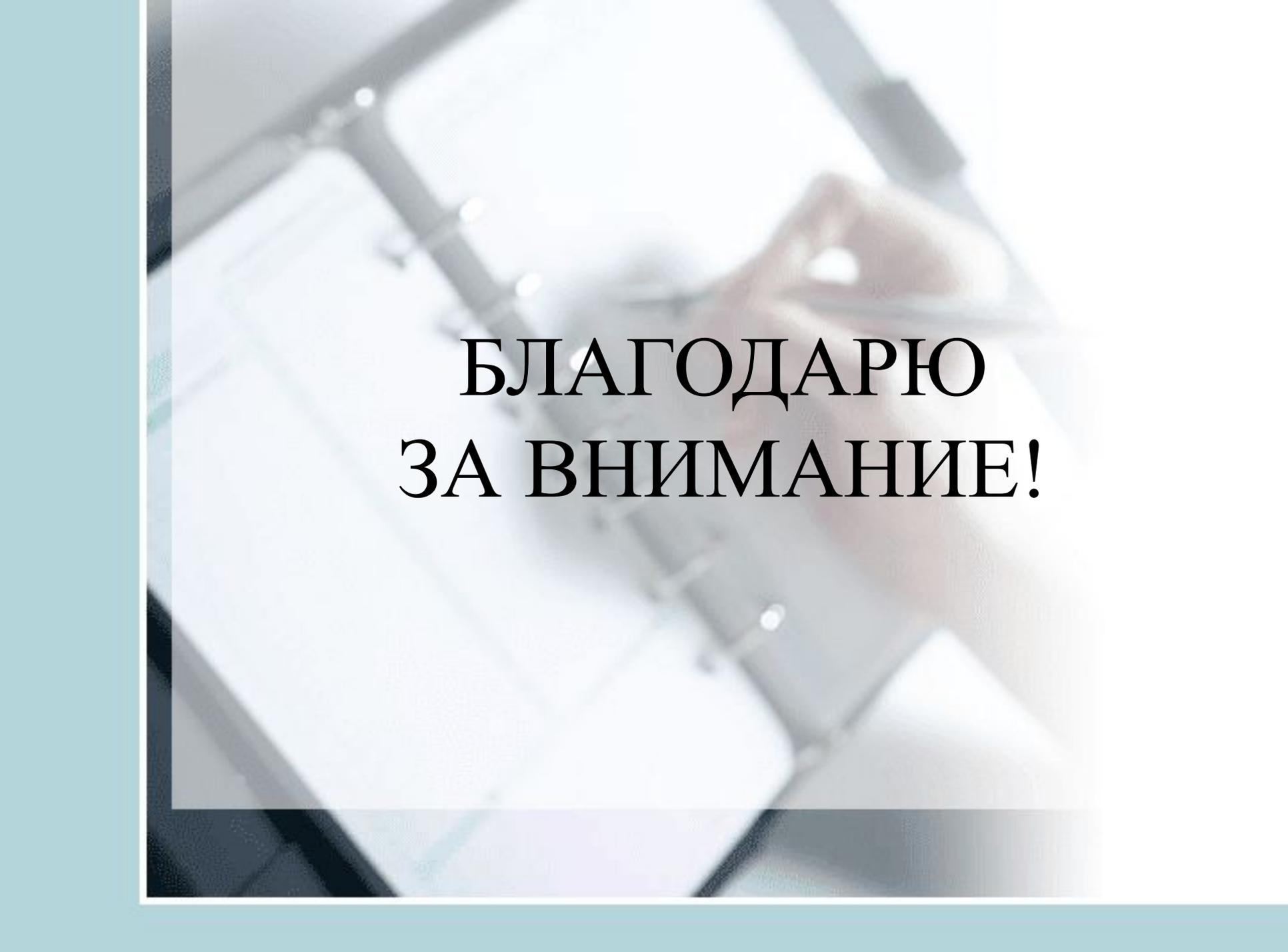
- ✓ комплексное применение инструментов маркетинга медицинских услуг в системе первичной медико-санитарной помощи населению;
- ✓ использование информации о состоянии рынка медицинских услуг и потребительских предпочтениях для выработки управленческих решений в системе первичной медико-санитарной помощи 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 close-up, slightly blurred photograph of a hand holding a pen and writing on a document. The document is on a desk, and the background is out of focus. A semi-transparent white rectangular box is centered over the image, containing the text 'БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!' in a black, serif font. The overall color palette is light and professional.

**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

