

## **Положение о маркетинговой политике ГБУЗ КО «ЦМБ №1»**

### **1. Общие положения**

Настоящее **Положение о маркетинговой (ценовой) политике** разработано на основании ГК РФ, ст. 40 НК РФ, Федерального закона от 12.01.1996 г. №7 «О некоммерческих организациях» с целью более широкого охвата населения качественной медицинской помощью, внедрения передовых медицинских технологий и новых медицинских услуг. Настоящий документ определяет способы и методы ценообразования на услуги, оказываемые ГБУЗ КО «ЦМБ №1», в соответствии с потребностями рынка и исходя из его конъюнктуры (сложившегося спроса и предложения) и качества услуг.

**Маркетинговая политика** – система мероприятий по установлению и корректировке цен на оказываемые услуги, с помощью которых достигаются следующие цели:  
-достижение наиболее высоких темпов роста количества оказанных услуг;  
-стабилизация цен, прибыльности и рыночной позиции, то есть доли ГБУЗ КО «ЦМБ №1» в общем объеме оказанных услуг на данном рынке;  
- максимизация рентабельности всех активов.

Политика цен является основой для разработки стратегии ценообразования, т.е. набора практических факторов и методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на конкретные виды услуг. При определении и установлении рыночной цены на услуги учитываются следующие факторы:  
-уровень потребительского спроса на эти услуги;  
-эластичность спроса, сложившегося на рынке услуг;  
-уровень цен на аналогичные услуги организаций – конкурентов;  
Структурным подразделением ГБУЗ КО «ЦМБ №1», отвечающим за разработку и успешную реализацию маркетинговой политики и стратегии, за маркетинг и сбыт, а также за вопросы ценообразования на оказываемые услуги, является планово-экономический отдел. Деятельность планово-экономического отдела осуществляется при непосредственном контроле заместителя главного врача по экономическим вопросам. При разработке и реализации ценовой политики и стратегии планово-экономическим отделом выполняются следующие мероприятия:

- оценка затрат на оказание услуг;
- уточнение финансовых целей;
- определение потенциальных покупателей;
- определение потенциальных конкурентов;
- сегментный анализ рынка услуг;
- анализ конкурентоспособности в условиях конкретного рынка;
- определение окончательной ценовой стратегии;
- оперативное (повседневное) ценообразование.

### **2. Рынок медицинских услуг и положение ГБУЗ КО «ЦМБ №1» на нем**

*Анализ рынка конкурентов.*

Конкурентами ГБУЗ КО «ЦМБ №1» по основному спектру услуг, как платных, так и

оказываемых в рамках системы ОМС, являются 4 ООО и НУЗ. Услуги данных организаций разнообразны, рассчитаны на различные рыночные сегменты, но отличаются от услуг ГБУЗ КО «ЦМБ №1». ООО оказывают ограниченный спектр платных услуг и рассчитаны в основном на потребителей с высоким уровнем дохода. Услуги НУЗ имеют более ограниченный спектр по сравнению с ГБУЗ, что позволяет учитывать их как потенциальных конкурентов в среднем и дешевом сегменте услуг, а также в системе ОМС. Но в связи с проводимой сбытовой политикой часть пациентов от этих организаций может перейти к ГБУЗ КО «ЦМБ №1».

С точки зрения экономического (коммерческого) сотрудничества для ГБУЗ КО «ЦМБ №1» привлекательны все группы покупателей, что предполагает гибкую систему ценообразования.

*Анализ рынка поставщиков.*

На сегодняшний день поставщиками товаров, работ, услуг для ГБУЗ КО «ЦМБ №1» являются 155 организаций и индивидуальных предпринимателя, большинство из которых являются победителями различных процедур закупок.

Вместе с тем существуют и другие потенциальные поставщики, которые могли бы поставлять товары и оказывать услуги.

### **3. Ценообразование**

Цены на платные услуги ГБУЗ КО «ЦМБ №1» устанавливаются в соответствии с:

- Приказом министерства здравоохранения Калужской области от 28.03.2012 №355 «О стоимости услуг, оказываемых для населения на платной основе в государственных учреждениях, подведомственных министерству здравоохранения Калужской области»;

- Приказом министерства здравоохранения Калужской области от 24.07.2012 №780 «О внесении изменений в приказ министерства здравоохранения Калужской области от 28.03.2012 №355 «О стоимости услуг, оказываемых для населения на платной основе в государственных учреждениях, подведомственных министерству здравоохранения Калужской области»;

- Приказом министерства здравоохранения Калужской области от 27.11.2012 №1276 «Об утверждении методических рекомендаций по определению размера платы за проведение предварительного и периодического медицинского осмотра (обследования) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда и предельного размера платы за их проведение»;

- Приказом министерства здравоохранения Калужской области от 13.03.2013 №234 «О внесении изменений в приказ министерства здравоохранения Калужской области от 27.11.2012 №1276 «Об утверждении методических рекомендаций по определению размера платы за проведение предварительного и периодического медицинского осмотра (обследования) работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и (или) опасными условиями труда и предельного размера платы за их проведение»;

- Приказом Минздрава России от 29.12.2012 г. №1631н «на основании размера расчетных и расчетно-нормативных затрат на оказание учреждением медицинских услуг по основным видам деятельности, а также размера расчетных и расчетно-нормативных затрат на содержание имущества учреждения с учетом:

- а) анализа фактических затрат учреждения на оказание медицинских услуг по основным видам деятельности в предшествующие периоды;

- б) прогнозной информации о динамике изменения уровня цен (тарифов) в составе затрат на оказание учреждением медицинских услуг по основным видам деятельности, включая регулируемые государством цены (тарифы) на товары, работы, услуги субъектов естественных монополий;

- в) анализа существующего и прогнозируемого объема рыночных предложений на аналогичные услуги и уровня цен (тарифов) на них;
- д) анализа существующего и прогнозируемого объема спроса на аналогичные услуги»

Для целей повседневного ценообразования, при определении и закреплении в договоре рыночной цены, ГБУЗ КО «ЦМБ №1» необходимо проводить активную, гибкую ценовую политику, преследующую цели улучшения позиций на конкурентном рынке, увеличения чистой прибыли, и основанную на системах скидок. Основной (базовой) ценой признается **тариф на платные медицинские услуги**. При наличии в договоре каждого из нижеуказанных критериев или их совокупности, ГБУЗ КО «ЦМБ №1» вправе применить следующую систему скидок:

С целью продвижения услуг на новые рынки (для стратегически важных покупателей) устанавливаются следующие скидки к ценам:

- на проведение предварительных и периодических медицинских осмотров в соответствии с приказом от 28.01.2021 г. № 29н для работников МКОУ, МКДОУ, ГБОУ, ГБУ, ГБУЗ, ФГП, МКУ, а также иных юридических лиц всех форм собственности - до 50%.

Полномочия, связанные с применением (неприменением) скидок осуществляет главный врач ГБУЗ КО «ЦМБ №1» в процессе повседневного ценообразования, дополнительного обоснования для этого не требуется.

**В договоре и иных первичных документах отражение факта применения (неприменения) скидок не требуется. В указанных документах определяется окончательная (договорная) цена.**