
Развитие платных медицинских услуг в государственных учреждениях здравоохранения

Лексина Юлия Андреевна

Студентка магистратуры МГУУ ПМ, Россия, Москва

Leksina_Yuliya@mail.ru

Следует отметить, что в 2015 г. на рынке платных медицинских услуг, впрочем, как и во всех отраслях, возникло много проблем. Однако к своему здоровью, люди, как правило, относятся более ответственно и стараются не экономить на нем. Стараются сэкономить на чем-нибудь другом.

Вопрос о необходимости развития платных медицинских услуг в государственном секторе здравоохранения остается актуальным и в настоящее время. После перехода на одноканальное подушевое финансирование здравоохранения (с января 2014 года) ситуация в больницах не улучшилась. Главные врачи для того, чтобы повысить уровень заработной платы, вынуждены идти на сокращение своего персонала. Растет напряженность в коллективе, растет недовольство со стороны пациентов. Развитие платных медицинских услуг является вынужденной мерой для государственного здравоохранения, чтобы хоть как-то восполнить дефицит финансирования.

Государственные и муниципальные учреждения здравоохранения имеют право осуществлять приносящую доход деятельность, согласно Федеральному закону от 12.01.1996г. №7-ФЗ «О некоммерческих организациях». Государственные учреждения здравоохранения вправе вести самостоятельную предпринимательскую деятельность. Она выражается в оказании населению дополнительных платных медицинских услуг, которые включают в себя профилактическую, лечебно-диагностическую, реабилитационную, протезно-ортопедическую и зубопротезную помощь. Предпринимательская деятельность не снимает с бюджетного учреждения обязанность сохранять установленный режим работы, обеспечивать доступную, и качественную бесплатную медицинскую помощь в необходимом объеме. Об этом следует помнить при заключении договора – обязательного документа, регулирующего отношения между заказчиком и медучреждением. В частности, в договоре обязательно должна содержаться информация о том, что пациент извещен о возможности получить услугу бесплатно, если эта медицинская услуга ему может быть предоставлена в рамках реализации программы оказания бесплатной медицинской помощи.

Достаточно много государственных ЛПУ в течение нескольких лет успешно работают на рынке ПМУ, конкурируя с различными негосударственными учреждениями и покрывая свои финансовые запросы за счет внебюджетного источника. Результатом этой работой является правильная организация предоставления платных медицинских услуг, которая достигается за счет эффективного управления, планирования и распределения ресурсов. Здесь руководителям медицинских учреждений необходимо поддерживать конкурентоспособность на рынке предоставляемых услуг, понимать, как работать с потребителями (пациентами) и конечно оценивать сильные и слабые стороны своей коммерческой деятельности.

Еще 26 лет тому назад некоммерческие организации воспринимали слово "менеджмент" чуть ли не как ругательство. "Менеджмент" ассоциировался с бизнесом, тогда как члены некоммерческих организаций гордились своей непричастностью к торгашеству и независимостью от таких "низменных материй", как прибыль. Сейчас большинство руководителей медицинских организаций уже усвоило, что для них твердое следование принципам менеджмента, эффективного управления, планирования и распределения ресурсов, контроля возможно, даже

важнее, чем для бизнес-предприятий, поскольку людей, работающих без оглядки на "конечный результат", сложнее организовать. Разумеется, некоммерческие организации стремятся "преуспеть". Но они не могут не понимать, что добрые намерения не заменят собой организацию, принципы лидерства и ответственности, эффективную работу и высокие результаты.

Государственное учреждение имеет ряд преимуществ перед конкурентами, они освобождены от арендной платы за помещение, самым большим преимуществом считается, то, что пациент может в одном месте получать медицинскую помощь различных профильных специалистов. Хотя на данный момент многие частные медицинские компании стараются инвестировать в строительство многопрофильных медицинских центров, тем самым создавая конкурентную борьбу за пациентов на рынке.

Государственным учреждениям, оказывающим платные услуги населению необходимо понимать, что им приходится вести свою деятельность в условиях конкуренции рынка медицинских услуг. Поэтому руководителям учреждений, при оказании платных медицинских услуг необходимо принимать эффективные финансовые решения, уделять большее внимание проблемам управления и принятия решений по инвестированию основанных на принципах экономической значимости. Необходимо вскрытие и понимание сущности, определение специфики методов и форм управления либеральными (маркетинговыми) системами предоставления медицинских услуг. Все это должно повлиять на успех продвижения медицинских услуг.

Доходы, полученные от внебюджетной деятельности, поступающие в самостоятельное распоряжение бюджетного учреждения, можно рассматривать как инвестиционный капитал. Инвестиционный капитал составляет элементы капитальных ценностей. Инвестиционный капитал в денежной форме может быть преобразован в здания, сооружения, оборудование и т.к., т.е. осуществить инвестирование с целью достижения полезного эффекта.

Основу инвестиционной деятельности государственного учреждения, составляет инвестирование в реальные активы. Для государственных учреждений это инвестирование является единственным направлением инвестиционной деятельности. Это определяет высокую роль управления реальными инвестициями в системе инвестиционной деятельности учреждения.

Любые инвестиции по своему глубинному содержанию представляют собой проект.

Выделяют три основных направления реальных инвестиционных проектов, которые имеют форму:

1. капитальное инвестирование
2. инновационного инвестирования в нематериальные активы
3. инвестирование прироста оборотного капитала

Для развития государственных учреждений можно предложить следующую товарно-рыночную стратегию - старым клиентам новые товары, расширив ассортимент или разработав новые виды услуг. По мнению автора, Данная стратегия является наиболее действенной, т.к. государственным учреждениям приходится действовать у условиях больших ограничений со стороны учредителей.

Расширение ассортимента услуг (так называемые кросс-продажи). Лучший маркетинг своих услуг существующим клиентам заключается в высоком качестве. Удовлетворенный пациент в большинстве случаев будет вновь и вновь обращаться в тоже учреждение; однако не стоит надеяться, что это произойдет автоматически, — жизнь динамична. Поэтому пациенту нужно информировать об ассортименте услуг и просто напоминать о ее существовании.

