

ДЕПАРТАМЕНТ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ  
ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ «ЦЕНТР ПРОФИЛАКТИКИ И БОРЬБЫ СО СПИД»  
(ГБУЗ ТО «ЦПБС»)

П Р И К А З

«26» 03 2020г.

№ 38

г. Тюмень

**Об утверждении маркетинговой политики  
государственного бюджетного учреждения здравоохранения Тюменской области  
«Центр профилактики и борьбы со СПИД»»**

Руководствуясь Гражданским кодексом Российской Федерации, статьей 40 Налогового кодекса Российской Федерации, с целью увеличения охвата населения качественной медицинской помощью, а также развития платных медицинских услуг в государственном бюджетном учреждении здравоохранения Тюменской области «Центр профилактики и борьбы со СПИД»,

П Р И К А З Ы В А Ю :

1. Утвердить маркетинговую политику государственного бюджетного учреждения здравоохранения Тюменской области «Центр профилактики и борьбы со СПИД (приложение).
2. Хыльма Е.В., заведующей отделом профилактики, обеспечить публикацию маркетинговой политики на официальном сайте учреждения в разделе «Платные услуги».
3. Молоковской И.А., делопроизводителю, ознакомить с настоящим приказом руководителей структурных подразделений и сотрудников, принимающих участие в предоставлении платных услуг.
4. Предупредить всех заинтересованных лиц о персональной ответственности за неисполнение настоящего приказа.
5. Контроль исполнения настоящего приказа оставляю за собой.

Главный врач



В.В. Романов

**ПОЛОЖЕНИЕ**  
**О маркетинговой политике**  
**государственного бюджетного учреждения здравоохранения Тюменской области**  
**«Центр профилактики и борьбы со СПИД»**

**1. Общие положения**

1.1. Настоящее положение определяет способы и методы ценообразования на услуги, оказываемые государственным бюджетным учреждением здравоохранения Тюменской области «Центр профилактики и борьбы со СПИД» (далее Центр), в соответствии с потребностями рынка и исходя из его конъюнктуры (сложившего спроса и предложения).

1.2. Для целей настоящего Положения используются следующие основные понятия:

**Маркетинговая политика** – комплекс решений о взаимодействии ценовой политики Центра с методами прямого и/или косвенного стимулирования спроса на платные услуги.

**Платные медицинские и немедицинские услуги** – медицинские и немедицинские услуги, предоставляемые на возмездной основе за счет личных средств граждан, средств юридических лиц и иных средств на основании договоров.

**Маркетинг медицинских услуг** – это разработка предложений и их реализация, ориентированные на выявление специфических потребностей потребителей.

1.3. Маркетинговая политика является документом, в котором излагается и обосновывается порядок определения цены платных медицинских и немедицинских услуг в зависимости от значимых для Центра факторов (общего объема услуг, сроков и порядка оплаты, значимости личности покупателя на соответствующем сегменте рынка), являющаяся основным документом при осуществлении сбытовой деятельности Центра, позволяющая обосновывать применяемые цены для целей налогообложения.

1.5. Маркетинговая деловая сеть включает в себя Центр и все заинтересованные в ее услугах группы: потребителей, персонала, поставщиков и других, с кем Центр установил взаимовыгодные деловые отношения.

1.6. Основным принципом Маркетинговой политики является рыночный подход к бизнесу, основанный на приоритете потребителя как главного агента рыночных отношений, на его потребностях, интересах и запросах.

1.7. К основам Маркетинговой политики относятся:

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

1.8. Маркетинговая политика выполняет следующие функции:

- исследование рынка медицинских и немедицинских услуг;
- организация оказания медицинских и немедицинских услуг;
- завоевание доверия потребителей.

**2. Ценовая политика**

2.1. Цены на платные медицинские услуги, оказываемые Центром, рассчитываются в соответствии с приказом Департамента здравоохранения Тюменской области от 19.12.2013 №823ос «Об утверждении Порядка определения цен (тарифов) на медицинские услуги, предоставляемые медицинскими организациями, являющимися бюджетными и казенными государственными учреждениями здравоохранения Тюменской области».

2.2. Цены на платные немедицинские услуги, оказываемые Центром, рассчитываются им самостоятельно.

2.3. Центр самостоятельно определяет цены (тарифы) на платные услуги с учетом:

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

2.4. Расчет стоимости платных услуг производится не чаще одного раза в год.

В исключительных случаях допускается изменение цен на платные услуги чаще, чем один раз в год, по следующим причинам:

- изменение среднего уровня цен на материальные ресурсы, энергоресурсы, оказавшее значительное влияние на себестоимость платных услуг;
- изменение в соответствии с действующим законодательством размера и порядка оплаты труда работников сферы здравоохранения;
- изменение налогового законодательства, оказавшее значительное влияние на себестоимость платных услуг.

2.5. Основаниями для снижения либо повышения цен на платные медицинские и немедицинские услуги, утвержденных действующим прейскурантом, могут являться следующие причины:

- определение Центром в качестве поставщика в ходе проведения заказчиком конкурсной процедуры (аукционы, запросы котировок и прочие);
- согласование изменения цены услуг в ходе обсуждения условий договора на предоставление платных медицинских или немедицинских услуг.

2.6. Регулирование цен на платные медицинские и немедицинские услуги осуществляется на основании анализа рыночных цен, сложившихся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии - однородных) услуг в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях.

2.7. При формировании цены платных услуг учитываются:

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

### **3. Продвижение платных услуг на рынке**

3.1. Согласно требованиям Федерального закона от 29.11.2010 г. №326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации», Постановления Российской Федерации от 04.10.2012 г. №1006 «Об утверждении правил предоставления медицинскими организациями платных медицинских услуг» на официальном сайте Центра в сети Интернет размещена информация следующего характера:

- наименование Центра;
- адрес и местонахождение Центра, 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 лицензионного органа);
- перечень платных медицинских и немедицинских услуг с указанием цен в рублях, сведения об условиях, порядке, форме предоставления услуг;
- режим работы медицинской организации, график работы медицинских сотрудников;
- адреса и телефоны органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации

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.

3.2. Информация, размещенная на информационных стендах (стойках), доступна неограниченному кругу лиц в течение всего рабочего времени медицинской организации, предоставляющей платные медицинские и немедицинские услуги.

Информационные стенды (стойки) располагаются в доступном для посетителей месте и оформляются таким образом, чтобы можно было свободно ознакомиться с размещенной на них информацией.

3.3. Центр предоставляет для ознакомления по требованию потребителя и (или) заказчика:

- копию учредительного документа медицинской организации – юридического лица;
- копию лицензии на осуществление медицинской деятельности с приложением перечня работ (услуг), составляющих медицинскую деятельность медицинской организации в соответствии с лицензией.

3.4. При заключении договора по требованию потребителя и (или) заказчика предоставляется в доступной форме информация о платных медицинских и немедицинских 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 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.

#### **4. Заключительные положения**

Настоящее Положение утверждается главным врачом и вступает в силу с 01.04.2020 г. В данное Положение могут вноситься изменения и дополнения, которые утверждаются главным врачом и вводятся в действие приказом Центра.