

Шилова Юлия Имильевна

аспирант

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной

технический университет»

г. Уфа, Республика Башкортостан

DOI 10.21661/r- 468434

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

***Аннотация:** в статье рассмотрены основные методы, стратегии и особенности установления цен на медицинские услуги в России. Определена последовательность процесса ценообразования медицинских услуг в медицинских организациях. Рассмотрено использование оптимальных методов ценообразования медицинскими организациями в зависимости от формы собственности.*

***Ключевые слова:** медицинская услуга, цена, ценообразование, методы ценообразования, себестоимость медицинской услуги, ценовая политика.*

Одним из стратегических направлений системы здравоохранения в области платной медицины является решение проблемы разработки ценовой политики предприятия и ценообразования медицинских услуг. Это требует методики расчета цен на услуги, реально отражающих состояние рынка медицинских услуг, для обеспечения возмещения затрат медицинских организаций и частнопрактикующих физических лиц.

На данный момент в РФ несовершенно изучены вопросы ценообразования на медицинские услуги, а также не определена законодательством последовательность и методика ценообразования медицинских услуг.

Таким образом, целью статьи является исследование и анализ процесса разработки ценовой политики медицинских организаций и ценообразования медицинских услуг как одного из важных направлений формирования государственной политики в сфере здравоохранения.

Согласно поставленной цели в статье необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть основные методы ценообразования медицинских услуг;
- определить основные этапы процесса ценообразования медицинских услуг;
- установить основные факторы, которые влияют на уровень цен медицинских услуг.

Для того чтобы разобраться, что такое цена медицинской услуги и из каких элементов она состоит, нужно определить, что такое медицинские услуги. Медицинская услуга – это экономические отношения, которые возникают в процессе диагностических и лечебных мероприятий по поддержке и защите здоровья пациента, направленных на нормализацию его жизнедеятельности, улучшения или восстановления здоровья, во время которых формируется результат профессиональной деятельности, он имеет определенную потребительскую стоимость и потребляется непосредственно в момент ее осуществления.

Из вышесказанного следует, что цена медицинской услуги – это денежный эквивалент экономических отношений, которые возникают в процессе практических мероприятий, целью которых является определение, лечение и предупреждения болезней, сохранение и укрепление здоровья и трудоспособности людей, продления жизни.

Ценообразование – это установление цен, процесс выбора окончательной цены в зависимости от себестоимости продукции, цен конкурентов, соотношения спроса и предложения и других факторов. Метод ценообразования – метод расчета цены товара с учетом издержек производства, средней прибыли, а также с учетом спроса и предложения.

Ценообразование было, есть и наверное всегда будет оставаться одной из самых актуальных тем в медицине, особенно в частном секторе. Основная причина ее актуальности заключается в том, что в большинстве случаев цены на медицинские услуги устанавливаются исходя из возможностей целевой аудитории и ориентира на основных конкурентов. Для клиники цена – это средство

обозначения круга своей аудитории, стратегия на пути решения тех или иных целей и задач, и конечно, средство получения запланированного объема прибыли [3, с. 45]. Для пациента, цена – это, прежде всего, стоимость услуг. Уже доказано, что цена является главным средством привлечения клиентов, сильнее рекламы и других маркетинговых инструментов. Поэтому очень важно заботиться о ее максимальной доступности для клиентов.

Во многих публикациях по проблемам ценообразования отмечается, что наиболее распространенными методами ценообразования на рынке медицинских услуг в РФ являются:

- затратное ценообразование, в основу которого положены фактические расходы медицинских организаций или частнопрактикующего физического лица на реализацию медицинской услуги;

- ценностное ценообразование, в основе которого соблюдение оптимального соотношения «цена/затраты» для обеспечения получения прибыли;

- подражание конкурентам, то есть использования методов ценообразования конкурентов, которые являются самыми успешными на этом рынке [4, с. 130].

Одной из основных задач, стоящих перед государством на рынке медицинских услуг, является формирование регуляторной политики относительно ценообразования, поскольку на государственном уровне порядок формирования цен и тарифов на медицинские услуги не утвержден [1, с. 40].

Разнообразие медицинских организаций, оказывающих медицинские услуги, и их оснащение вызывают потребность индивидуального расчета цен на услуги. Это требует разработки индивидуальной ценовой политики для каждого медицинского предприятия.

Учитывая это, важным является определение последовательности процесса ценообразования на медицинские услуги, которое будет включать в себя 6 стадий:

- I. Подготовительный стадия – определение целей и задач организации.
- II. Стадия сбора первичной информации и маркетинговый анализа.

III. Стадия выбора метода ценообразования. На данной стадии можно применять один из приведенных ниже способов:

1. Расчет стоимости по методу прямых издержек плюс прибыль.
2. Определение стоимости на основе закрытых торгов.
3. Определение стоимости на основе ощущаемой ценности продукции или услуги.

IV. Стадия определения себестоимости медицинских услуг – расчет прямых и косвенных расходов.

V. Стадия формирования стоимости – определение уровня рентабельности, калькуляция цены.

VI. Стадия коррекции стоимости – учет уровня инфляции, расчет стоимости на новые услуги.

Результаты расчетов и анализ итогов следует использовать для принятия управленческих решений, связанных с услугами медицинской организации (ценообразование, определение экономической эффективности услуг, построение системы бюджета предприятия) [5, с. 290].

Важное место в ценообразовании медицинских услуг занимает этап определения себестоимости медицинской услуги, поскольку она является определяющим показателем в формировании цены на медицинскую услугу.

Определяется ряд особенностей, непосредственно влияющие на себестоимость, и соответственно, цену медицинской услуги, а именно:

1. С точки зрения оценки затрат.
2. Есть определенные проблемы с оценкой интеллектуального труда врачей.
3. Сложность в оценке риска работы медицинского персонала.
4. Индивидуальность пациента и изменение его состояния как предмета труда.

Анализируя опыт развитых стран мира, надо отметить, что ни в одной стране нет полной свободы в формировании цен. Государственное регулирование ценообразования проявляется в той или иной форме в каждой из них. Степень проявления его зависит от состояния экономического развития страны,

интенсивности монопольных процессов, степени монополизации и конкуренции, удельного веса государственного сектора и других факторов.

Итак, несмотря на разнообразие подходов к ценообразованию, для муниципальных медицинских предприятий оптимальным считаем метод «издержки плюс прибыль», с учетом определенной степени риска [2, с. 632]. Для частных медицинских организаций целесообразно использование таких методов ценообразования, как определение цены на основе уровня существующих цен, ориентируясь на конкурентов; определение цены на основе целевой прибыли, что обеспечит желаемый объем прибыли.

На уровень цен влияют как внутренние, так и внешние факторы: собственные затраты на производство и реализацию услуги, степень конкуренции, экономическая ситуация, местонахождение клиники и тому подобное. Но основными из них следует считать:

- 1) себестоимость услуг или продукции;
- 2) наличие уникальных свойств услуг;
- 3) цены на услуги конкурентов;
- 4) возможности получения достаточной прибыли.

Учитывая изложенное, можем сделать вывод. Политика цен на медицинские услуги должна предусматривать процесс установления цен на услуги и процесс управления ценами в условиях влияния различных факторов на рынок. Ценовая политика организации должна быть ориентирована на увеличение объемов оказанных услуг, достижение запланированного уровня прибыли и осуществления влияния на поведение потребителей (пациентов) на рынке. Разнообразие лечебно-профилактических организаций, оказывающих медицинские услуги и их оснащение вызывает потребность индивидуального расчета себестоимости и цены услуги. Понятно, что в этом случае медицинские организации несут полную ответственность за составление расчета себестоимости услуги и цены. Это требует разработки индивидуальной ценовой политики для каждой лечебно-профилактической организации или частнопрактикующего физического лица.

Таким образом, основой ценообразования является формирование базовой цены на основе себестоимости услуг, обеспечивающей безубыточность деятельности частной медицинской практики.

Список литературы

1. Зражевская Т.Д. Платные медицинские услуги в бюджетных медицинских организациях / Т.Д. Зражевская, А.В. Косолапов // Медицинское право. – 2016. – №6. – С. 39–42.
2. Кириллова Е.А. Особенности ценообразования платных медицинских услуг в государственных бюджетных организациях здравоохранения / Е.А. Кириллова // Экономика и социум. – 2017. – №5–1 (36). – С. 631–633.
3. Мещерякова Л.А. Современные подходы к ценообразованию на медицинские услуги / Л.А. Мещерякова // В сборнике: Современные траектории развития социальной сферы: образование, опыт, проблемы, наука, тенденции, перспективы. – 2017. – С. 44–46.
4. Окландер М.А. Маркетинговая ценовая политика: Учебное пособие / М.А. Окландер, А.П. Чукурна; Центр учебной литературы. – 2012. – С. 240.
5. Янова В.В. Управление ценообразованием на платные медицинские услуги в ЛПУ / В.В. Янова, К.И. Кухарева // Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции. – 2013. – С. 285–292.