

Семей қаласының мемлекеттік медицина
университеті
Қоғамдық денсаулық сақтау кафедрасы

СӨЖ

Пән:Маркетинг негіздері

Тақырыбы:Медициналық қызметтер жарнамасы

Орындаған: Еділов.Ш

Тексерген:Базарбеков.Ж.Б

Семей 2017 ж.

Жоспар:

1. Кіріспе
2. Мақсаты мен міндеті;
3. Медициналық қызмет көрсету тұралы түсінік;
4. Медициналық қызмет көрсетудің товар айналымы;
5. Медициналық қызмет көрсетудің жарнамасы;
6. Медициналық қызмет көрсетудің бағалары;
7. Қорытынды.

- «Маркетинг» сөзінің (ағылшын тілінің «market» - нарық сөзінен шыққан) көптеген анықтамасы бар. Олардың ішінде бұл терминге кең және тар мағынада берілген анықтамалар да кездеседі. Мәселен тар мағынасында бұл сөзді – кәсіпорын немесе фирманың басқару ісіне нарықтық болжамды қамтамасыз ететін жүйе деп те түсіндірген. Осы қағидаға сүйенсек, маркетинг ол – тиімді өнімнің технологиясы. Жалпы алғанда «маркетинг» сөзінің қолдану аясы өте кең. Оған тауар өндіруді ұйымдастыру, сату, сатып алу, сатуға әсер ету, маркетинг қызметін қаржыландыру, сатылғаннан кейінгі қызмет, жарнама сынды қоғаммен байланыс түрлері жатады.

Маркетинг қызметі – ол өте күрделі үрдіс. Тек табыс пен құрдымды жиі анықтайды, бұл – тауар мен қызметті тиімді түрде тұтынушыға жеткізуші ғана емес, сондай-ақ тауарлар мен қызмет түрлерінің сапалық көрсеткішін анықтайтын күрделі жүйе.

- **Маркетинг** – нарықты жан-жақты зерттеу негізінде тұтынушылардың мұқтаждықтары мен қажеттіліктерін қанағаттандыру жолымен бәсекелестік қабілеттілігін арттыру арқылы пайда табуға бағытталған тұжырымдама және біріктірілген қызмет. Тауарды өндіру, оны тұтынушыға ұсыну және айырбас арқылы жеке адамдар тобының және тұтынушылар мұқтаждықтары мен қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған әлеуметтік және басқару процесі. (Ф.Котлердің анықтамасы).

- **Денсаулық сақтау маркетинг** - әдістері мен шаралар, принциптік жүйесі, тұтынушы сұранысы базалық комплекстік оқыту және өнеркәсіп иелеріне медициналық қызмет көрсету формасының жолдауы.

Медициналық қызмет көрсету.

- Науқасты дәрігерге тапсырғаннан бастапқы кезден ақ, медициналық қызмет көрсету әр түрлі мекелерде ақылы түрде енгізіле бастады. Уақыт өте келе медициналық қызмет көрсету өзінің құқылы дәрежеге жете бастады. Бұдан ақылы қызмет көрсету пайда болды.

- **Тәжірбиелік тексерудің нысанына** медициналық қызмет көрсететін кәсіпорындар мен фирмалар.
- **Жұмысты бақылаудың мақсаты:** медициналық маркетинг қандай іс-әрекетпен жүзеге асатынын анықтау.

Міндеттері;

- **1. Медициналық қызмет көрсету нені ұсынады және қандай түрлері болады.**
- **2. Медициналық қызметтерін кім қолданып, тапсырыс береді**
- **3. Медициналық қызметтедің қозғалыс каналдарын бөліп қарастыру**
- **4. Медициналық қызметтерінің бағасымен, жарнамаларын немен анықтайтынын анықтау.**

Медициналық қызмет түсінігі

- Қызмет көрсету деп кез келген қажеттілікті айқындаушы пайдалы қызметті айта аламыз. Алайда, экономикалық және заңды түрде бұл ережені келесідей айтуға болады
- **Қызмет** шарт немесе бір жақ мүмкін пайданы ұсыну, және негізі жаңа байланыс, және әр нәрсені басқаруға болмаушылық. Өндіріс қызметі болуы мүмкін, немесе болмауы экономикалық пайдасы қызметті сауда қызметі етеді.

- Медициналық қызмет өзіндік маман қызмет көрсетуді орындаушылардың заңмен көрінуіне жоғары квалификациясы талап етеді, заң шаруашылық субьтісіне ғана заң меңгеруді қоймайды, қызметті орындаушыларға да қояды.

- Бұған медициналық қызмет атқаруға және мед қызмет атқарушының кәсіптілігін көрсететін сертификаттар мен лицензиялар беріледі.
Медициналық

- Медицина қызметкерлер тікелей ауру адаммен қарым қатынаста болады: емдеп, арнайы қызметкерлер арқылы денсаулығын орнына келтіріп, нығайтады. Осындай қызмет барысында медицина қызметкер науқасқа инвазивті және инвазивті емес әдістермен әсер көрсетеді.

- Медициналық қызметті басқа қызметтерден ерекшелейтіні, медициналық қызметте адам организмі мед.қызметте негізі ретінде алында, ал адам денсаулығына мақсатты түрде әсер еткен қызмет объект ретінде алынады.

- **Маркетингтің басты міндеті-** клиентке ұйымды бағалай алып, дұрыс таңдау жасауға көмектесті.

Медицина Қызметтің Товаржылжитын Каналдары

■ Жасалған және бағаланған тауарды тез арады пайдаланушыға тауарды айналымға салу керек. Медициналық қызмет пен медициналық сақтандырудағы ең маңызды орынды алатын, медицина қызметтің қозғалыс каналы арқылы АТУ дан пайдалануға дейінгі жол.

Медицана қызметтегі тауаржылжитын канал түсіндегі медициналық қызметтің іске асуының дұрыс жолдары жатыр. Тауаржылжитын 2 канал бар.



- *Тікелей- мед.қызметкердің өзіңе келген науқасты емдеу барысында науқаспен тура қатнасқа түсуін айтамыз.*
- *Жанама- потенциалды пайдаланушыны арнайланған компаниялар арқылы табу, мысалы сақтандыру компаниялары.*

Медициналық қызметті жарнамалау.

- **Жарнама – тауардың түрі мен пайдаланушылық қасиетін беретін ақпарат. Осы жарнама, арқылы тауарға сұраныс көбейтуге болады.**
- **Жарнама- қаржыландыру көзі анық көрсетілген, БАҚ арқылы жүзеге асатын, жеке көрсетілмейтін, тауар мен қызметті жылжыту нысаны.**

- немесе осы тауардың жаңа қолданыстарын айқындау;
- немесе осы тауардың бағасы түскені жайлы ақпараттау ;
- тауардың қызмет көрсету принципін түсіндіру;
- көрсетілетін қызмет суретемесі;
- тауарға деген дұрыс көзқарас қалыптастыруға;
- медицина қызмет бағасы .

Медициналық қызметке баға беру

- **Баға** – тауар құнының ақшадай көрінісі.

- *Мед қызметтің мына түрлеріне байланысты бағалайды:*
- **Монополиялық баға** өндіруші бағаны өзі қояды (при стратегии высоких цен).
- **Номинальдық баға** преysкурантардан, анықтамалардан, биржевых котировках.
- **Жеке баға**- сатылым азнаулы даналар мен сатылатын баға... Бұл коммуникация түрінің басты артықшылығы – сауда қызметкері әрбір сатып алушымен жеке жұмыс істейді. Клиент тауар бағасы, берілетін кепілдігі, қызмет көрсету және тауарды жеткізу шарттары туралы кеңес алады. Сондықтан жеке сату - тұтынушы талаптарына бейімделетін маркетингтік коммуникацияның ең икемді түрі

- **Нарықтық баға**- осы нарықта жүретін сұраныс ұсынысты айқындайтын тауар құны. Нарықтық баға бойынша айтқанда бөлшек саудадағы бағаға тең келеді.
- **Сырғымалы баға** – кейбір жағдайларға сәйкес қойылады(нарықтық баға, жарықтағы жағдай, сұраныс пен ұсыныс мәнділігі)
- **Тұрақты баға**-сұраныс пен ұсыныс келісім шарты кезінде қойылады және де өзгермейді.

Қорытынды

Сонымен, медициналық маркетинг-кәсіпкерлік қызмет. Бұл қызметті тікелей дәрігер мед.бике немесе жанама түрде сақтандыру полюсі атқарады. Мед.маркетинг өндірушіден бастап(дәрігер, мед.бике және т. б) пайдаланушыға (науқас) дейін тауар каналы арқылы өтеді. Мед.маркетинг жаңа қызмет. Бірақ маңыздылығы өте жоғары тіпті әлеуметтік тұрғыда да, ол науқасқа қызмет көрсетуде қанағаттанарлықтай, ұйымдастырылған болып табылады.

