



Кафедра ортопедической стоматологии.

Стоматология маркетингі

Дайындаған: Тлеулесова З.

Группа: СТ12-001-02

Кабылдаған: Есиркепов А.

Алматы -2017

Денсаулық сақтаудағы маркетинг тұтынушы сұранысын жан-жақты зерделеуге негізделген қағидаттары, әдістері мен шаралары және өндірушінің медициналық қызметтерді мақсатты түрде қалыптастыру жүйесі болып табылады.





Медициналық қызметтің тұжырымдамасы

Қызметті қажеттілікті
қанағаттандыратын
кез-келген пайдалы
іс-шара деп айтуға
болады.

Қажеттілік


- бұл адамның өмір салтын, мәдени деңгейін және психологиялық бағыттылығын ескере отырып, қажеттіліктің белгілі бір түрі (физиологиялық, әлеуметтік, жеке-тұтынушы).

Сұраныс

бұл қажеттілік, қайталанбас сатып алу қабілеті

ҰСЫНЫСТАР (өнім, қажеттілікті қанағаттандыру)

- ұсынылатын қызметтер клиенттің сұранысы мен құны.

- 
- *Маркетингтік қызметтерді (қызмет көрсетуді) қызметтің басымдылығы мен екі жақты қанағаттандыратын бағасы болған жағдайда, халықтың сұранысы анықталған жағдайларда жүзеге асыруға мүмкіндік береді. Маркетинг қызметтерді (тауарларды) алмасу арқылы жүзеге асыруға мүмкіндік береді.*






Медициналық қызметтер нарығы

медициналық технологиялар, медициналық техниканың өнімдері, медициналық қызметті ұйымдастыру әдістері, фармакологиялық препараттар, емдеу және профилактика.



Маркетингтің негізгі принциптері:

- 1. Сұраныстың қажеттілігін, жағдайын және динамикасын мұқият қарау және нарықтық жағдайлар;
- 2. Өндірістің нарықтық жағдайға барынша бейімделуіне жағдай жасау;
- 3. Жарнама және білім беру арқылы нарыққа және тұтынушыға әсер ету.



Денсаулық сақтаудағы маркетинг келесі жағдайларда мүмкін болады:

- ✓ нарықтың болуы және медициналық қызметтердің бәсекелестігі (әрбір медициналық мекеме аккредиттелуі және белгілі бір қызмет түріне лицензия болуы тиіс)
- ✓ Медициналық мекемелер мен пациенттер арасындағы нарықтық қатынастардың болуы.

Маркетингтің түрлері :

- 1. Медициналық қызметтер маркетингі*
- 2. Дәрілік заттар маркетингі*
- 3. Медициналық жабдықтар маркетингі*
- 4. Медициналық технологиялар маркетингі*
- 5. Ғылыми идеялар маркетингі*



Медициналық қызметтер маркетингі.

- - халықтың (медициналық қызметтерде) қажеттіліктерін зерттеу,
- - медициналық қызметтер нарығын қалыптастыру және реттеу. Аурумен ғана емес, сонымен бірге салауатты тұлғаның бейнесін қалыптастыру (салауатты өмір салтын насихаттау).
- - халыққа медициналық қызмет көрсету мүмкіндігі туралы ақпараттандыру.



Дәрілік заттар маркетингі.

- - емдеудің жаңа әдістерінің пайда болуы және дәрі-дәрмектер, аналогтардың бар болуы. ДДҰ негізгі дәрілік заттар, елдерде - ұлттық тізімдер;
- - Жыныс (ерлерде көп), жасы (халықтың жүрек-қан тамырлары препараттарына барлық өтініштердің 80% -ы 40-тан асты);
- - халықтың денсаулығының деңгейі (сырқаттанушылық, мүгедектік және т.б.);
- - маусым (маусымдық), табиғи және климаттық факторлар,
- - медициналық білім
- - жарнама. Кәсіби жарнама болуы керек
- дәрілік заттардың құнын өтеу саясаты;
- - дәстүрлер.



Медициналық жабдықтар маркетингі.

- - Үйде қолдануға арналған медициналық жабдықтар (10% дейін: қан қысымын өлшеу, көзілдірік оптикасы, симуляторлар, оңалту құралдары)
- - мекемелерге арналған техника.
- - Жеке дәрігерлердің әдістемесі.





Медициналық технологиялар маркетингі.



- - ақпарат жинау,
- - стандарттау (емдеу хаттамалары),
- - жарнама,
- - медицина нарығын дамыту шаралары.



Ғылыми идеялар маркетингіне мыналар кіреді:



- - патенттік ақпаратты зерттеу,
- - тексеру,
- - құқықтық қорғау.



МАРКЕТИНГТІҢ НЕГІЗГІ ФУНКЦИЯЛАРЫ

1. Аналитикалық функция.

2. Производственная функция.

3. Сату функциясы (сату функциясы).

4. Менеджмент, байланыс және басқару функциялары.





Қорытынды

-
- Мәселен, медициналық маркетинг оның өндірушісінен (дәрігер, мейірбике және т.б.) тұтынушыға (науқасқа) медициналық қызмет көрсетуді ынталандыратын кәсіпкерлік қызмет болып табылады; бұл медициналық қызметтерге деген сұраныс болжанатын, кеңейтілген және қанағаттанған, оларды дамыту, көтермелеу және іске асыру арқылы жүзеге асырылатын әлеуметтік процесс.