Литература:

Чернов, В.Н. Показания к ампутации нижней конечности и определение ей уровня при “диабетической стопе” / В.Н. Чернов, А.Б. Анисимов, С.А. Гусарев // Хирургия.–2009. – № 7. – С. 38-42

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ЗДРАВООХРАНЕНИИ

Болтromeюк В.В.

Гродненский государственный медицинский университет, Беларусь

Кафедра социально-гуманитарных наук

Научный руководитель – ст. преподаватель О.Н. Рындова

В настоящее время необходимо серьезно подходить к проблемам ценообразования в медицине, так как это может существенно повлиять на состояние здравоохранения. Цена оказывает непосредственное воздействие на производство, распределение, обмен и потребление, в том числе, и медицинских услуг. Этим обусловлена актуальность данной темы.

В условиях рыночных отношений цена выступает как связующее звено между производителем и потребителем, как механизм обеспечения равновесия между спросом и предложением. Основными факторами, способствующими усилению роли цен, выступают: увеличение размеров хозяйствующих субъектов и усложнение форм их деятельности в условиях рынка; неустойчивость макроэкономической конъюнктуры; усиление конкуренции на рынке; снижение рентабельности и общей экономической эффективности промышленного производства. Отметим здесь, что, прежде всего, цены оказывают воздействие на платежеспособный спрос, уровень доходов, направления денежных потоков, инвестиционную активность предприятий.

Таким образом, ценообразование – это процесс по установлению, регулированию цен и контролю за их применением установленным законодательством порядка ценообразования субъектами этого процесса. Важнейшими принципами ценообразования являются: определение основ государственной политики в области ценообразования; сочетание свободных и регулируемых цен; разграничение полномочий субъектов ценообразования по установлению и регулированию цен; установление регулируемых цен на товары (работы, услуги) на уровне, обеспечивающем субъектам хозяйствования покрытие экономически обоснованных затрат и получение достаточной для расширенного воспроизводства прибыли с учетом государственных дотаций и других мер государственной поддержки; государственный контроль за соблюдением действующего порядка ценообразования, установленных нормативов и регулируемых цен.

Прямое регулирование цен в здравоохранении, в сфере оказания медицинских услуг осуществляется, в основном, тремя способами:

- путем установления «ценового потолка» (максимальных цен);
- «ценового пола» (минимальных цен);
- «коридора цен».

Цены, таким образом, одновременно ограничены максимальным и минимальным уровнями, что не позволяет им существенно отклоняться от положения равновесной цены, и они является одним из главных элементов маркетинговой политика медицинского учреждения на рынке. Поэтому медицинскому учреждению, работающему в рыночных условиях, прежде всего, необходимо правильно выработать маркетинговую стратегию, а также принципы определения цен, руководствуясь которыми, оно может эффективно решать стоящие перед ним задачи.

Литература:

1. Чубаков, Г.Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия / Г.Н. Чубаков. – М.: Инфра, 2010. – 257 с.

2. Полещук, И. И. Ценообразование: учебное пособие / И.И. Полещук, В.В. Тершина. -Мн.: БГУ, 2009. – 206 с.