

**АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «ИНСТИТУТ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРЫ»**

Кафедра менеджмента в здравоохранении

**ГРАФИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

**«Совершенствование управления маркетинговой деятельностью организации
(на примере многопрофильной клиники ООО "МедикСити")»**

**Работу выполнил
студент 5 курса
Морозов Анатолий Викторович**

**Научный руководитель:
к.э.н., доцент, В.Л. Бойко**

Москва 2018

ПОСТАНОВКА ЦЕЛИ И ЗАДАЧ ИССЛЕДОВАНИЯ

Тема: Совершенствование управления маркетинговой деятельностью предприятия (на материалах многопрофильной клиники ООО «МедикСити»)

Цель:

пути повышения эффективности управления маркетинговой деятельностью многопрофильной клиники ООО "МедикСити" на основе современных положений .

Задачи:

- изучить теоретико-методологические основы маркетинга в деятельности медицинских учреждений.
- дать краткую характеристику
- провести анализ системы управления маркетинговой деятельностью в многопрофильной клинике ООО «МедикСити».
- дать оценку эффективности системы управления маркетинговой деятельностью в многопрофильной клинике ООО «МедикСити».
- разработать и обосновать предложения по совершенствованию управлением маркетинговой деятельностью многопрофильной клиники ООО «МедикСити».

ОБЪЕКТ И ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЪЕКТ

ООО «МедикСити»
(клиника)

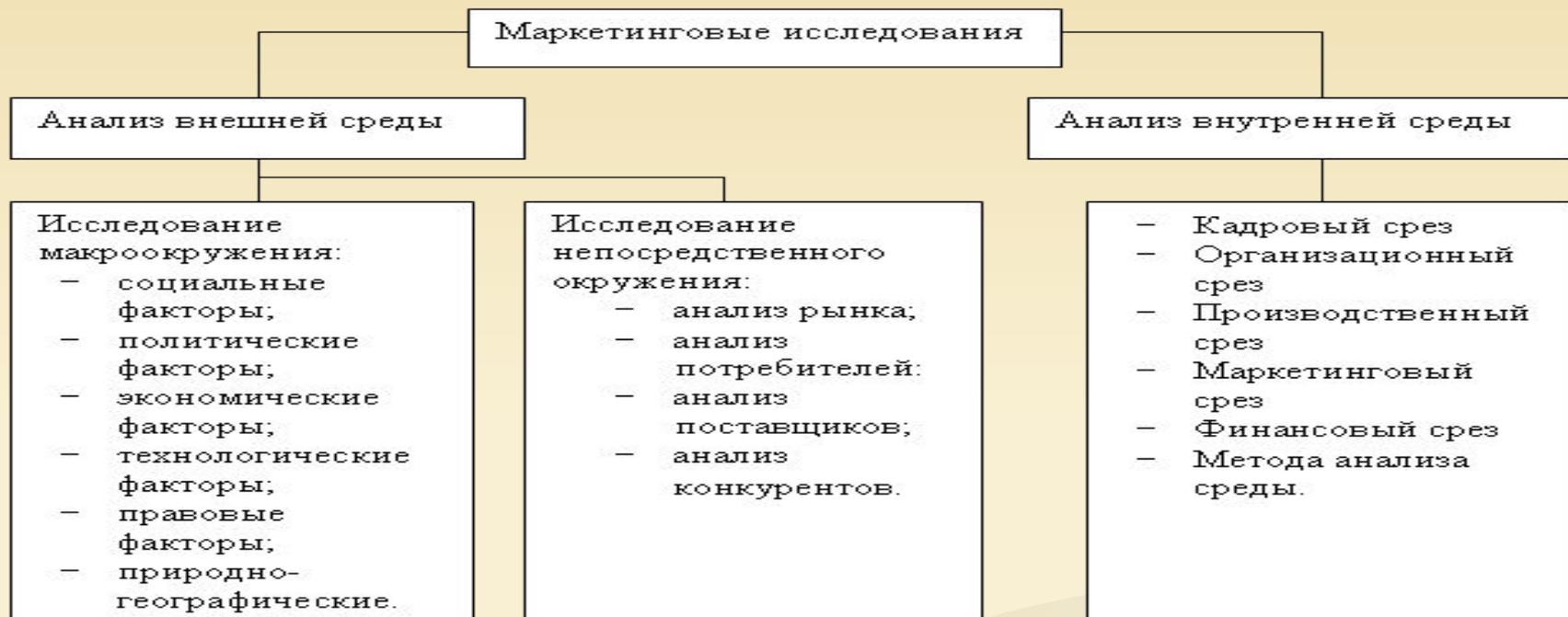
ПРЕДМЕТ

маркетинговые отношения между
производителем медицинских услуг
и их потребителями

Теоретико-методологическую основу исследования составили работы таких авторов как Акопян А.С., Венедиктов Д.Д., Вялков А.И., Голубков Е.П., Райзберг Б.А., Пиддэ А.Л., Решетников А.В., Шиленко Ю.В., Щепин О.П., Котлер Ф. и др.

Информационной базой ВКР являются нормативно-правовые акты, монографии, учебные пособия, статьи периодической печати, а также ресурсы Интернет.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ



КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА



КРАТКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МНОГОПРОФИЛЬНОЙ КЛИНИКИ ООО «МедикСити»

Многопрофильная семейная клиника ООО «МедикСити» была основана в 2006 году. Удачно сочетает в себе великолепную лечебную и диагностическую базу с превосходным клиентским сервисом. Клиника располагает амбулаторно-поликлиническим отделением, где прием ведут врачи всех основных специальностей, отделениями лабораторной, функциональной, ультразвуковой диагностики, работает по направлениям: хирургия, ортопедия и травматология, стоматология, эндоскопия, эстетическая и восстановительная медицина. Статус семейной клиники предполагает очень серьезное отношение к планированию семьи, охране мужского, женского и детского здоровья. Врачи всех требуемых специальностей найдутся в женской консультации, отделениях урологии, андрологии, акушерства и гинекологии, педиатрии. Для проведения малых операций и серьезных длительных процедур есть комфортабельный дневной стационар. Традиционно большую популярность имеет услуга вызова врача на дом, она чрезвычайно актуальна для семей с маленькими детьми и пожилыми родственниками. Действует аптечный киоск.

Одной из составляющих успеха многопрофильной клиники ООО «МедикСити» является работа команды профессионалов врачей – сотрудников клиники. Работа направлена на эффективное выполнение общего дела.

Согласно организационной структуре руководит Главный врач клиники. Главный врач многопрофильной клиники «МедикСити» выполняет функции по руководству текущей деятельностью клиники в пределах полномочий, представленных ему нормативными актами Российской Федерации, Уставом общества, Положением о Главном враче клиники. Он планирует и анализирует структуру клиники, определяет кадровую политику, т.е. решает глобальные проблемы развития клиники.

Структура управления многопрофильной клиники ООО «МедикСити»



Анализ вероятности и применение инструментов маркетинга в организации деятельности многопрофильной клиники ООО «МедикСити».

Результаты качественного SWOT- анализа внутренней среды многопрофильной клиники ООО «МедикСити»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. имеет лицензию и оптимальную организационную структуру 2. высокая квалификация медицинского персонала (в т.ч. наличие специалистов международного уровня) 3. высокие показатели деятельности ЛПУ 4. организация и участие в конференциях, научно-исследовательская работа 5. наличие в ряде отделений собственных методик по диагностике и лечению 6. регулярное повышение квалификации медицинского персонала 7. своевременная выплата заработной платы, и предоставление соответствующих льгот 8. поддержка профсоюза, обеспечение детей сотрудников путевками детские оздоровительные лагеря, организация досуга сотрудников и их детей 	<ol style="list-style-type: none"> 1. низкий уровень оплаты труда (среднего и младшего медицинского персонала) 2. текучесть кадров (среднего и младшего медицинского персонала) 3. низкий уровень корпоративной культуры 4. слабая материально-техническая база большинства структурных подразделений 5. неполная компьютеризация рабочих мест 6. недостаточный уровень технического оснащения 7. ограниченные возможности по развитию ВМП 8. слабая экономическая составляющая в работе учреждения 9. слабая рекламная деятельность стационара (вследствие недостаточного финансирования по данной статье)
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. внедрение новых технологий и направлений в диагностике и лечении 2. создание системы работы со страховыми компаниями и увеличение потока пациентов 3. поощрение сотрудников в виде дополнительных денежных выплат 4. компьютеризация рабочих мест и создание информационной сети в учреждении 5. повышение мотивации медицинских сотрудников к труду 6. открытие в учреждении моленной комнаты от православного Храма Андрея Первозванного 	<ol style="list-style-type: none"> 1. снижение корпоративного заказа и, соответственно, уменьшение корпоративного источника финансирования 2. увеличение нагрузки на медицинский персонал 3. рост конкуренции на рынке медицинских услуг

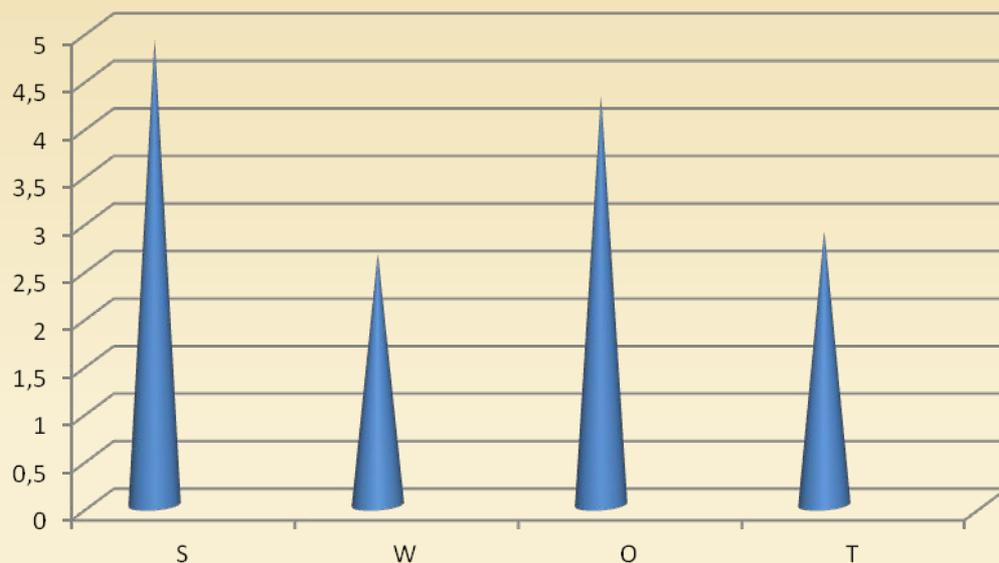
Результаты количественного SWOT- анализа

№	фактор	Ранг (r _i)	Цена ранга (C _i)	Вес фактора (W _i)	Оценка фактора (A _i)	Параметрический индекс (P _i)	Сводный параметрический индекс (P _с)
			$C = 1/\sum C_i$	$W_i = C \cdot r$		$P_i = W_i \cdot A_i$	$P_c = \sum P_i = P_{i1} + P_{i2} + P_{in}$
Сильные стороны							
1.	Имеет лицензию и оптимальную организационную структуру	5	0,0286	0,143	3	0,429	4,872
2.	высокая квалификация медицинского персонала (в т.ч. наличие специалистов международного уровня)	8		0,2308	5	1,154	
3.	высокие показатели деятельности ЛПУ	6		0,1716	4	0,6864	
4.	организация и участие в конференциях, научно-исследовательская работа	2		0,057	5	0,285	
5.	наличие в ряде отделений собственных методик по диагностике и лечению	4		0,1144	4	0,4576	
6.	своевременная выплата заработной платы, и предоставление соответствующих льгот, стабильные доплаты к заработной плате	7		0,2002	5	1,001	
7.	регулярное повышение квалификации сотрудников	1		0,086	5	0,43	
8.	поддержка профсоюза, обеспечение детей сотрудников путевками детские оздоровительные лагеря, организация досуга сотрудников и их детей	3		0,0858	5	0,429	
	сумма	35					
Слабые стороны							
1.	низкий уровень оплаты труда (среднего и младшего медперсонала)	9	0,022	0,198	3	0,594	2,64
2.	текучесть кадров (среднего и младшего медперсонала)	4		0,088	3	0,264	
3.	низкий уровень корпоративной культуры	1		0,022	1	0,022	

Результаты количественного SWOT- анализа (продолжение таблицы)

4.	слабая материально-техническая база большинства структурных подразделений	6		0,132	2	0,264	
5.	неполная компьютеризация рабочих мест	5		0,11	3	0,33	
6.	ограниченные возможности по развитию ВМП	3		0,066	3	0,198	
7.	слабая экономическая составляющая в работе учреждения	7		0,154	2	0,308	
8.	слабая рекламная деятельность стационара (вследствие недостаточного финансирования по данной статье)	2		0,077	3	0,132	
8.	недостаточный уровень технического оснащения	8		0,176	3	0,528	
	сумма	45					
Возможности							
1.	Развитие новых технологий и направлений в лечении и диагностике	6	0,047	0,282	3	0,846	4,324
2.	создание системы работы со страховыми компаниями и увеличение потока пациентов	5		0,235	5	1,175	
3.	поощрение сотрудников в виде дополнительных денежных выплат	4		0,188	4	0,752	
4.	компьютеризация рабочих мест и создание информационной сети в учреждении	3		0,141	3	0,423	
5.	повышение мотивации медицинских сотрудников к своему труду	2		0,094	2	0,188	
6.	открытие в учреждении моленной комнаты от православного Храма Андрея Первозванного	1		0,047	2	0,94	
	сумма	21					
Угрозы							
1.	снижение корпоративного заказа и уменьшение корпоративного источника финансирования	3	0,16	0,48	3	1,44	2,88
2.	увеличение нагрузки на медицинский персонал	1		0,16	3	0,48	
3.	рост конкуренции на рынке медицинских услуг	2		0,32	3	0,96	
	сумма	6					

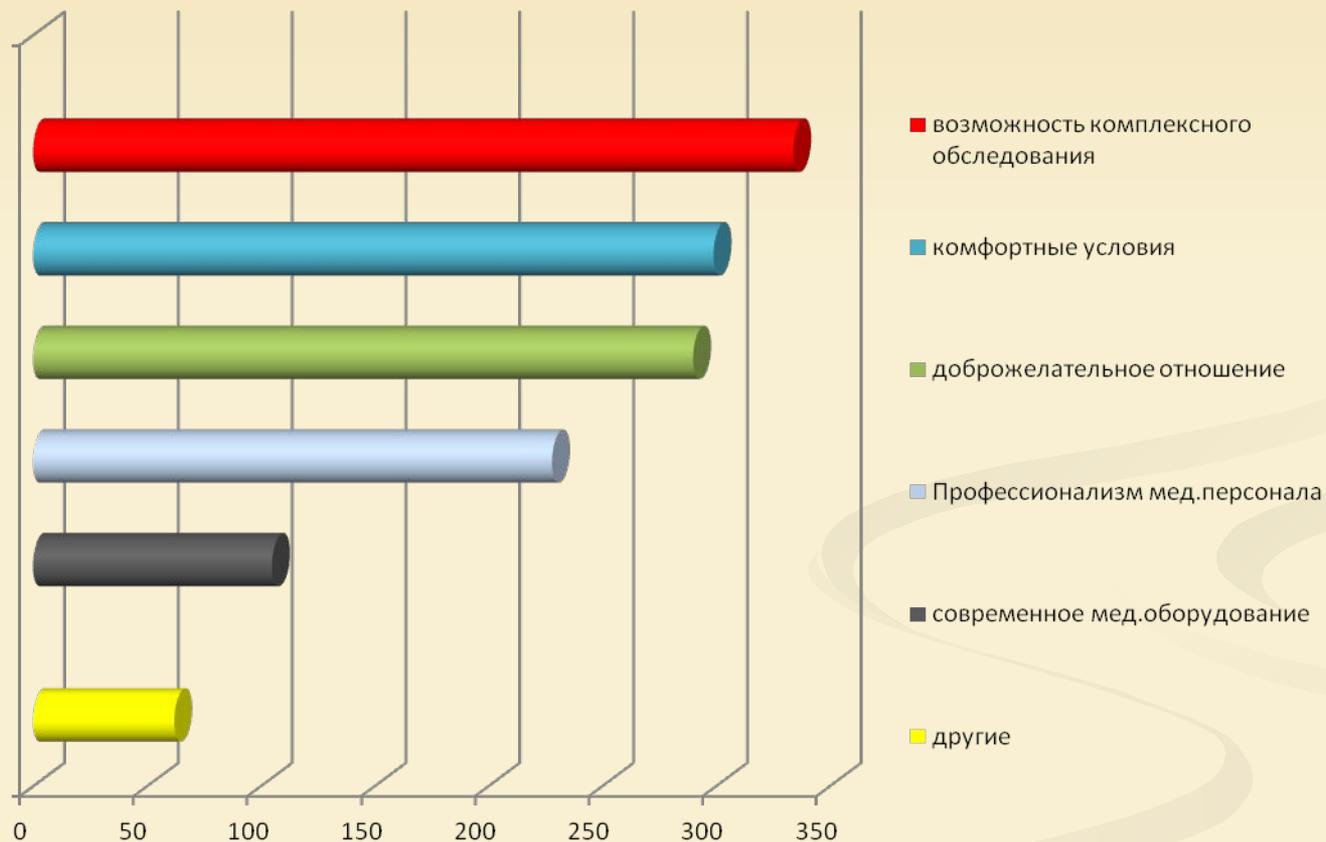
Динамика деятельности многопрофильной клиники ООО «МедикСити»



**Количество пациентов, пролеченных в многопрофильной
клинике «МедикСити» за период 2015-2017 гг.**

Параметр	Значение параметра (М) за год			М _{ср.} , чел
	2015г.	2016г.	2017г.	
Число пациентов, чел.	6540	5950	6120	6203,3

Причины лояльности пациентов многопрофильной клиники ООО «МедикСити»



Анализ маркетинговой деятельности о рекламной компании клиники

ООО «МедикСити»

Анкетные данные по рекламе

	2015год	2016год	2017 год
От сотрудников	10%	19%	
От знакомых	15%	20%	20%
Ранее лечился	35%	22%	29%
Интернет	20%	14%	40%
Пресса	15%	15%	6%
Выставки	1%	9%	4%
Прочее	4%	1%	1%
ИТОГО	100%	100%	100%

Доходы и расходы рекламной компании клиники ООО «МедикСити»

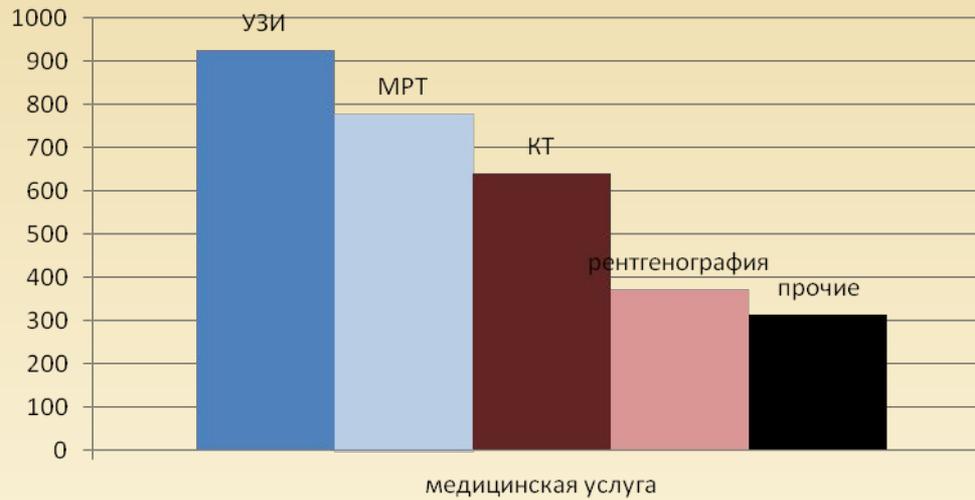
Расходы

	2015г.	2016г.	2017г.
Интернет	413 880,00р.	757 840,00	340 240,00
Пресса	2 255 329,06р.	386 258,00	347 649,00
Выставки наружная реклама	133 030,00р.	317 000,00	207 00,00
ИТОГО	2 935 269,06р.	1 461 098,00	895 289,00

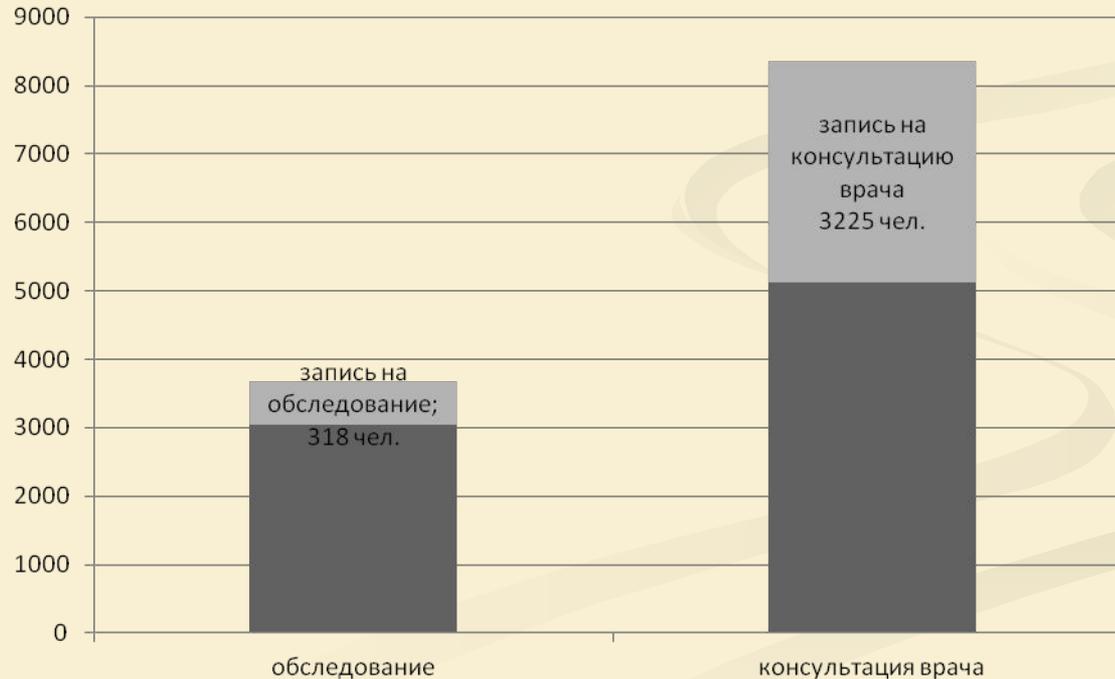
Доходы

	2015г.	2016г.	2017г.
Интернет	413 880,00р.	757 840,00	340 240,00
Пресса	2 255 329,06р.	386 258,00	347 649,00
Выставки наружная реклама	133 030,00р.	317 000,00	207 00,00
ИТОГО	2 935 269,06р.	1 461 098,00	895 289,00

Спрос на инструментальные методы обследования



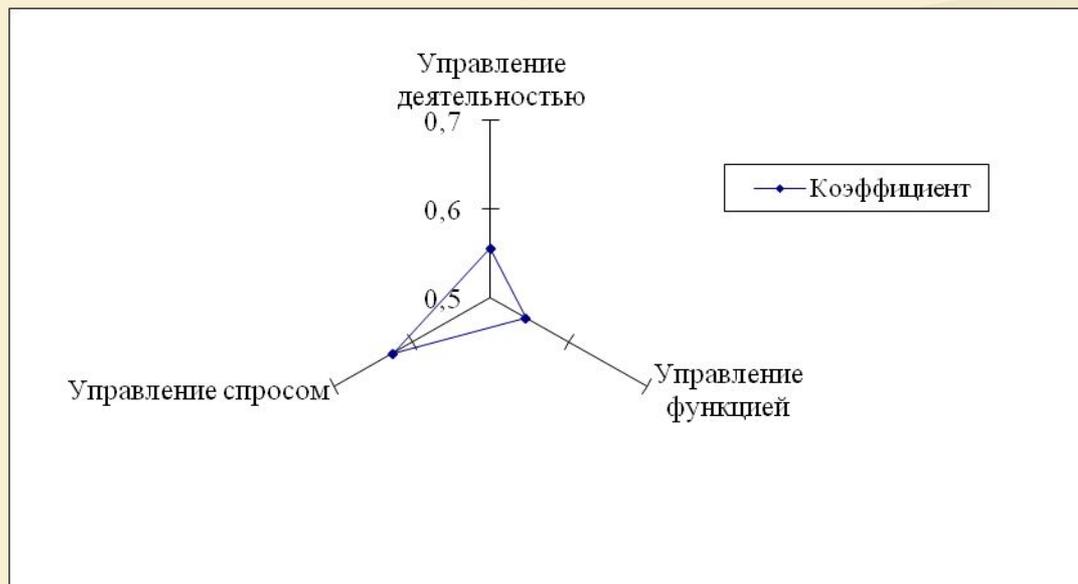
Запись пациентов на обследования и консультацию специалистов



Средние показатели эффективности системы управления маркетингом в многопрофильной клинике ООО «МедикСити»

Наименование	Коэффициент	Средний балл	Максимальный балл
Эффективность управления деятельностью Э(УД)	0,56	5	9
Эффективность управления функцией Э(УФ)	0,55	6	11
Эффективность управления спросом Э(УС)	0,63	2,5	4
Эффективность управления маркетингом Э(УМ)		13,5	24

Модель эффективности системы управления маркетинговой деятельностью многопрофильной клиники ООО «МедикСити»



НАПРАВЛЕНИЯ И МЕРОПРИЯТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ МНОГОПРОФИЛЬНОЙ КЛИНИКИ ООО «МедикСити»

Сравнительный анализ услуг конкурирующих клиник

Направления	Новая медицина	Диамед	Олимп	Медцинский центр в Марьино	Доброем	Гавдад	Клиника №1
Терапия	+	+	+		+	+	+
Гинекология	+	+	+	+	+	+	+
Урология	+	+	+	+	+	+	+
Кардиология	+	-	+	+	+	+	+
Неврология	+	-	+	-	+	+	+
Офтальмология	+	-	+	-	-	+	+
Отоларингология	+	-	+	-	+	+	+
Стоматология	+	-	+	-	+	+	+
Гастроэнтерология	+	+	+	+	-	-	+
Дерматология	+	+	+	-	+	+	+
Флебология	+	-	+	-	-	-	+
Аллергология	+	-	+	-	+	+	-
Наркология	+	-	+	-	-	-	-
Маммология	+	+	-	+	+	-	-
Рефлексотерапия	+	-	+	-	-	+	+
Травматология	+	-	-	-	-	+	+
Ортопедия	+	-	-	-	-	+	+
Хирургия	+	-	+	-	-	+	+
Ревматология	+	-	-	-	-	-	-
Эндокринология	+	+	+	+	-	+	-
Косметология	+	+	+	-	+	-	+
Вызов врача на дом	+	-	+	-	-	+	-
Анализы	+	+	+	-	+	+	+
УЗИ	+	+	+	-	+	-	+
MPT	+	-	-	-	-	-	-
КТ	+	-	-	-	-	-	+
Стационар (количество коек)	650	-	-	-	-	-	8

Сравнительная таблица стоимости медицинских услуг (в руб.)

Направления	Клиника ооо "МедикСити"	Диамед	Олимп	«Медицинский центр в Марьино»	«Добромед»	«Тавлада»	Клиника № 1
Консультация терапевта	1300	1500	1500	1200	1200	1300	1500
Консультация хирурга	1300	1500	1500	1200	1200	1500	1500
Общий клинический анализ крови	550	750	400	450	600	600	850
Общий анализ мочи	190	270	270	290	270	250	300
ЭКГ	1000	1100	1100	1200	1300	1200	1600
Кольпоскопия (расширенная)	6000	5000	5500	5500	7000	8000	8500
Общий массаж (60-80мин)	2300	-	3500	2100	2500	-	2800
Медикаментозное прерывание беременности	15000	18000	25000	17000	16000	18000	-
Введение ВМК без стоимости ВМС	2000	2200	2500	3500	2500	2700	3000
УЗИ Брюшная полость	2500	3000	2700	2300	2700	2750	2800
УЗИ Почки	1100		1000	1200	1250	1700	1300
УЗИ Мочевой пузырь	800	900	900	1200	1300	1000	1000
УЗИ Молочные железы	1500	1700	1300	1500	1700	1650	1500
Щитовидная железа	2000	2300	2100	2200	2500	2500	2200
Внутримышечная инъекция	250	270	290	290	220	300	350
Холтер-ЭКГ	4000	4700	4500	4700	4650	-	4550
МРТ (1 область)	5760	-	-	-	-	-	-
КТ (1 область)	5760	-	-	-	-	-	5500
Вызов врача на дом	2900	3700	-	2500	-	-	-

Обоснование необходимости разработки путей повышения эффективности управления маркетинговой деятельностью многопрофильной клиники ООО «МедикСити»

План продвижения бизнес-идеи клиники ООО «МедикСити»

Направление продвижения	Содержание работ по продвижению	Интернет-ресурсы	Время и периодичность проведения
1. Вирусный маркетинг	Вирусный контент может сместить, удивлять, очаровывать и даже шокировать, главное, чтобы он не оставлял пользователя равнодушным.	Распространение вирусного контента может проходить в различных онлайн средах:	Создание вирусного контента 2 раза в процессе кампании.
	Охват успешной вирусной кампании составляет от 100 000 до 2 000 000 потенциальных потребителей. При этом анализ эффективности показывает, что пользователи воспринимают вирусную рекламу со значительно большим уровнем доверия, нежели в случае с классической рекламой.	Блогосфера (Твиттер, и т.д.).	
		Общетематические социальные сети («ВКонтакте», «Одноклассники»).	
		Информационные социальные сети (Habr, Habr, Dirty, News2).	
		Фото и видео социальные сети (You Tube, Яндекс.Фотки).	
		Форумная среда.	

Цена на дизайн и разработку логотипа, фирменного стиля и полиграфии клиники ООО «МедикСити»

Фирменный стиль	Срок, дней	Цена, руб.
Разработка логотипа	07.июл	10000
Предоставляется 5-7 вариантов с последующей доработкой выбранного		
Дизайн простой визитной карточки	1	300
Может включать в себя логотип заказчика, без добавления графических элементов. Визитка может быть односторонней или двусторонней. Изготавливается один вариант.		
Дизайн не простой визитной карточки (для руководства ООО «Новая медицина»)	03.фев	600
Предоставляется 2 варианта. Визитка может быть односторонней или двусторонней.		
Дизайн листовки	3	1.000
Листовка односторонняя или двухсторонняя, может быть форматом от А4 до А6.		
Дизайн плаката	3	1000
Плакат формата от А3 или А2.		
Дизайн буклета	5	2000
Двусторонний буклет формата А4 в разложенном виде. Один или два сгиба.		
Верстка страницы каталога	1	400
Дизайн карманного календаря	3	1000
Размер календаря 120x80 мм.		
Дизайн настенного квартального календаря	5	3000
Разработка дизайна верхнего постера и рекламных полей.		
Дизайн настольного календаря-домика	3	2000
Дизайн папки для документов	3	2000
Итого		23300

Бюджет рекламы клиники ООО «МедикСити» в 2018 году

№ п/п	Вид рекламы	Стоимость, руб.	Период проведения
1	Реклама на кабельном ТВ (бегущая строка)	1556	07.01 - 12.01.18
2	Изготовление рекламных листов	2750	Май
3	Статья в газете	2500	май.18
4	Реклама на кабельном ТВ (бегущая строка)	3556	10.06. - 15.06.18
5	Реклама в журнале	1477	15.06. - 19.06.18
7	Реклама на кабельном ТВ (бегущая строка)	3556	24.06. - 29.06.18
8	Реклама на кабельном ТВ (бегущая строка)	2780	11.07 - 16.07.18
9	Реклама в журнале	1690	15.07. - 20.07.18
10	Реклама на кабельном ТВ (бегущая строка)	4390	29.07. - 03.08.18
11	Реклама на кабельном ТВ (бегущая строка)	4390	12.08. - 17.08.18
12	Реклама на кабельном ТВ (бегущая строка)	1556	18.10 - 23.10.18
13	Статья в журнале	1500	дек.18
14	Реклама на кабельном ТВ (бегущая строка)	2450	5.12.02-10.12.18
Итого за рассматриваемый период 2018 г., руб.	39248		