

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З НАДАННЯ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ

Студ. Гайдай М.В.

Наук. керівник к.е.н., доц. Янковець Т. М.

Київський національний університет технологій та дизайну

Метою діяльності будь-якого комерційного підприємства є отримання прибутку та його підвищення. Прибуток є абсолютним показником прибутковості діяльності. Підвищення прибутковості як характеристики ефективності діяльності, у свою чергу, впливає на покращення фінансового стану підприємства, що забезпечує можливості розвитку шляхом впровадження інновацій, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції (послуг), розширення ринків збуту, збільшення кількості задоволених клієнтів, розвитку бізнесу. Тобто прибутковість і розвиток бізнесу мають взаємообернений вплив, при чому розвиток неможливий у сучасних умовах без здійснення маркетингової діяльності.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність підприємств з надання медичних послуг з метою пошуку шляхів підвищення прибутковості загалом господарської діяльності. Медичні послуги визначаються як профілактичні, лікувальні, консультативні, діагностичні та реабілітаційні послуги, надані закладами охорони здоров'я різних форм власності.

Підприємства з надання медичних послуг працюють сьогодні в умовах монополістичної конкуренції, тобто в таких умовах, коли між значною кількістю підприємств на даному ринку існує гостра конкуренція, послуги достатньою мірою диференційовані, що пояснює широкий діапазон цін на них, увійти і вийти з даного ринку достатньо легко, значну роль має реклама торгових марок, тобто підприємства чутливі до маркетингових заходів конкурентів.

Маркетингова діяльність підприємств з надання медичних послуг спрямована на виконання таких основних завдань: формування та підтримання попиту на послуги закладу, отримання та збільшення доходу підприємства від реалізації послуг, що прямо впливає на підвищення прибутку та прибутковості діяльності.

Виконання даних завдань потребує розробки маркетингової стратегії, тобто комплексної програми заходів з формування платоспроможного попиту на ринку медичних послуг, що передбачає: дослідження ринку медичних послуг; застосування принципів цільового маркетингу; здійснення рекламних компаній; формування обґрунтованої асортиментної та цінової політики; формування системи стимулювання збуту продукції; вибір методів залучення та утримання клієнтів тощо.

Оцінити ефективність маркетингової діяльності, яка має прямий вплив на прибутковість усієї господарської діяльності та можливості розвитку бізнесу можливо за такими ключовими показниками: рівень оновлення асортименту, частка ринку, частка ринку інноваційної продукції (послуг).

Прибутковість маркетингової діяльності підприємства характеризує ефективність маркетингових заходів і визначається відношенням приросту обсягу наданих медичних послуг в результаті даних заходів у вартісному вимірі до маркетингових витрат.

Маркетингові заходи та витрати будуть ефективними та забезпечуватимуть прибутковість господарської діяльності підприємства за умов:

- 1) зростання обсягу наданих медичних послуг та одночасного утримання маркетингових витрат на тому ж рівні, що й у попередньому періоді;
- 2) одночасному зростанні обсягу наданих медичних послуг та маркетингових витрат, при чому витрати на маркетинг мають зростати меншими темпами.