

Матрица проблем компании

Зона возникновения	Формулировка проблемы	Источник	Уровень проблемы	Зона ответственности	Степень критичности	Тип проблемы	Способы решения
Рынки и клиенты	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приход на рынок новых игроков с крупными инвестициями (пример - сеть клиник СОГАЗ-МЕД). 2. Федеральные и региональные гос -ные медицинские организации, работающие в рамках ОМС, заберут долю имеющего рынка медицинских услуг. 3. Ухудшение экономической ситуации приведёт к снижению доходов населения. 4. Изменение законодательства в области оказания медицинской помощи. 	<p>Экономическая ситуация в стране и мире.</p> <p>Активное развитие рынка ОМС.</p>	Стратегический	Собственники, топ-менеджеры	Высокая	Сложная	<ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение новых направлений и методик. 2. Открытие новых кабинетов врачей общей практики. 3. Оптимизация бизнес-процессов и логистики для сокращения издержек и снижения тарифов. 4. Увеличение своей доли на рынке медицинских услуг.
Услуги	Игроки с крупными инвестициями могут демпинговать и занижать тарифы на медицинские услуги.	Активное развитие рынка продаж медицинских услуг.	Тактический	Топ-менеджеры, отдел маркетинга, отдел продаж	Высокая	Сложная	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение маркетинговых мероприятий. 2. Снижение издержек по медицинским услугам. 3. Активное участие в электронных торгах.
Сервис	Отсутствие кросс-функционального	Отсутствие мотивации персонала.	Операционный	Собственники, топ-менеджеры,	Средняя	Простая	1. Разработать систему мотивации для

	взаимодействия между сотрудниками медучреждения.	Слабые коммуникационные связи между структурными подразделениями		руководители структурных подразделений			сотрудников структурных подразделений. 2. Усилить работу отдела клиентского сервиса и отдела вызовов. 3. Оптимизировать работу по составлению расписания специалистов в удобное для пациентов время.
Управление	Доукомплектование отделов продаж и отдела клиентского сервиса.	Отсутствие квалифицированных кадров.	Операционный	Топ-менеджеры, руководители структурных подразделений	Низкая	Простая	Набор персонала на местах и управление руководителями структурных подразделений.
Персонал	Для продвижения бренда отделу маркетинга не хватает существующих компетенций.	Количество сотрудников было очень незначительным из-за ограниченного бюджета.	Операционный	Собственники, топ-менеджеры	Низкая	Простая	Увеличение бюджета и штатного расписания. Набор компетентных сотрудников и повышение квалификации действующих.