

Рыночная экономика. Конкуренция и
монополия. Особенности рынка
здравоохранения. Рынок
медицинских услуг.

Рынок как экономическая категория выражает отношение свободного выбора хозяйственных связей в рамках действующих законов

На свободу рыночного поведения оказывают воздействие 2 группы законов:

- **экономические законы**, которые объективны и не зависят от желания и воли людей;
- **юридические законы**, являющиеся субъективными, принимаемыми и отменяемыми людьми.

Принципы построения рыночных отношений:

- взаимная заинтересованность участников в совершении рыночной операции;
- платность (возмездность);
- эквивалентность – равенство между оплаченным и полученным благом.

Условия возникновения рынка:

- многообразии форм собственности и видов хозяйствования;
- возможность осуществления предпринимательской деятельности;
- свободный доступ к ресурсам;
- возможность потребительского выбора;
- *необходимость государственного регулирования рыночных процессов.*

Классификационные признаки структуры рынка:

- по степени зрелости рыночных отношений;
- по положению участников;
- по товарному составу;
- по размерам рыночного пространства;
- по характеру управления рыночными процессами и др.

По степени зрелости рыночных отношений выделяют:

- развитой рынок (реализованы все условия возникновения экономической модели);
- неразвитой рынок (отсутствуют или недостаточно полно проявлены условия возникновения рынка).

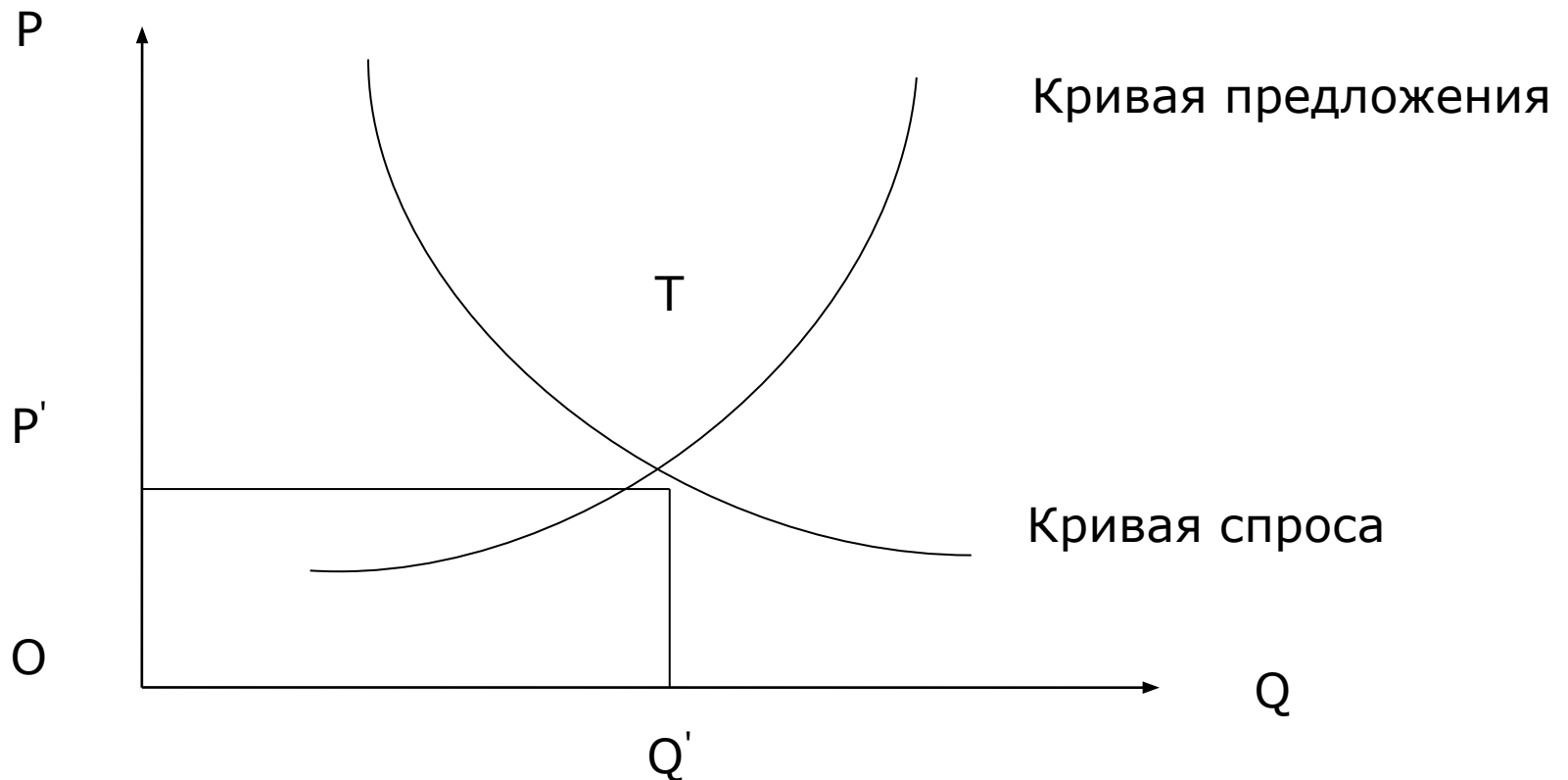
По положению участников выделяют:

- рынок продавцов, на котором свой потребительский выбор делает покупатель;
- рынок покупателей, на котором доминирует продавец уникального или количественно ограниченного товара.

Основные параметры рынка

- **Спрос** - это количество товаров (медицинских услуг), которые желают и могут приобрести потребители (пациенты) за некоторый период и по определенной цене
- **Предложение** - это количество товаров (медицинских услуг), которые могут быть проданы в определенный период времени на данной территории (оказаны данным лечебно-профилактическим учреждением (врачом)).
- **Цена** - денежное выражение стоимости товара (или услуги).

Графическое изображение взаимодействия спроса и предложения




T — точка равновесия, P' — равновесная цена, Q' — равновесное количество медицинских услуг по цене P' , которое будет приобретено пациентами в данный момент времени и будет предоставлено врачами в тот же период

Спрос

- **Величина спроса** на товар (услугу) представляет собой количество, которое потребители хотят и могут купить в определенный период по данной цене.
- **Закон спроса** состоит в том, что при прочих равных условиях величина спроса на данное благо обратно пропорциональна цене блага.

Предложение

- **Величина предложения** товара (услуги) представляет собой количество, которое производители (продавцы) хотят и могут произвести (продать) в определенный период по данной цене.
- **Закон предложения** состоит в том, что при прочих равных условиях величина предложения данного блага прямо пропорциональна цене блага.



Конкуренция - тип взаимоотношений
между производителями по поводу
установления цен и объемов
предложения товаров и услуг, а
также между потребителями по
поводу формирования цен и объема
спроса на рынке.

Основные модели рынка (типы рыночных структур)

- Чистая конкуренция (совершенная конкуренция)
- Монополистическая конкуренция
- Чистая монополия
- Олигополия
- Промежуточные варианты рыночных структур

Несовер-
шенная
конку-
ренция

Чистая (совершенная конкуренция)

- это тип рынка, где действует множество продавцов и покупателей;
- продаётся стандартизованный продукт;
- никто не контролирует цену;
- отсутствует неценовая конкуренция;
- существует свободный доступ на рынок.



Монополистическая конкуренция


- это тип рынка, где функционирует много фирм, но продается дифференцированный продукт;
- ограничения доступа на рынок незначительны;
- фирма обладает определенным контролем над продажной ценой,
- характерна неценовая конкуренция.

Чистая монополия

- это тип рынка, где функционирует одна фирма;
- продается уникальный продукт (не имеет заменителя);
- доступ на рынок заблокирован;
- фирма обладает контролем над ценой.

Олигополия

- это тип рынка, где функционирует несколько крупных фирм;
- продаются дифференцированные или стандартизированные товары;
- доступ на рынок затруднен;
- контроль над ценами ограничен взаимозависимостью фирм, возможен сговор в ценообразовании;
- характерна неценовая конкуренция.



Здравоохранение, как отрасль общественного хозяйства, обладает рядом характеристик, нарушающих действие рыночного механизма:

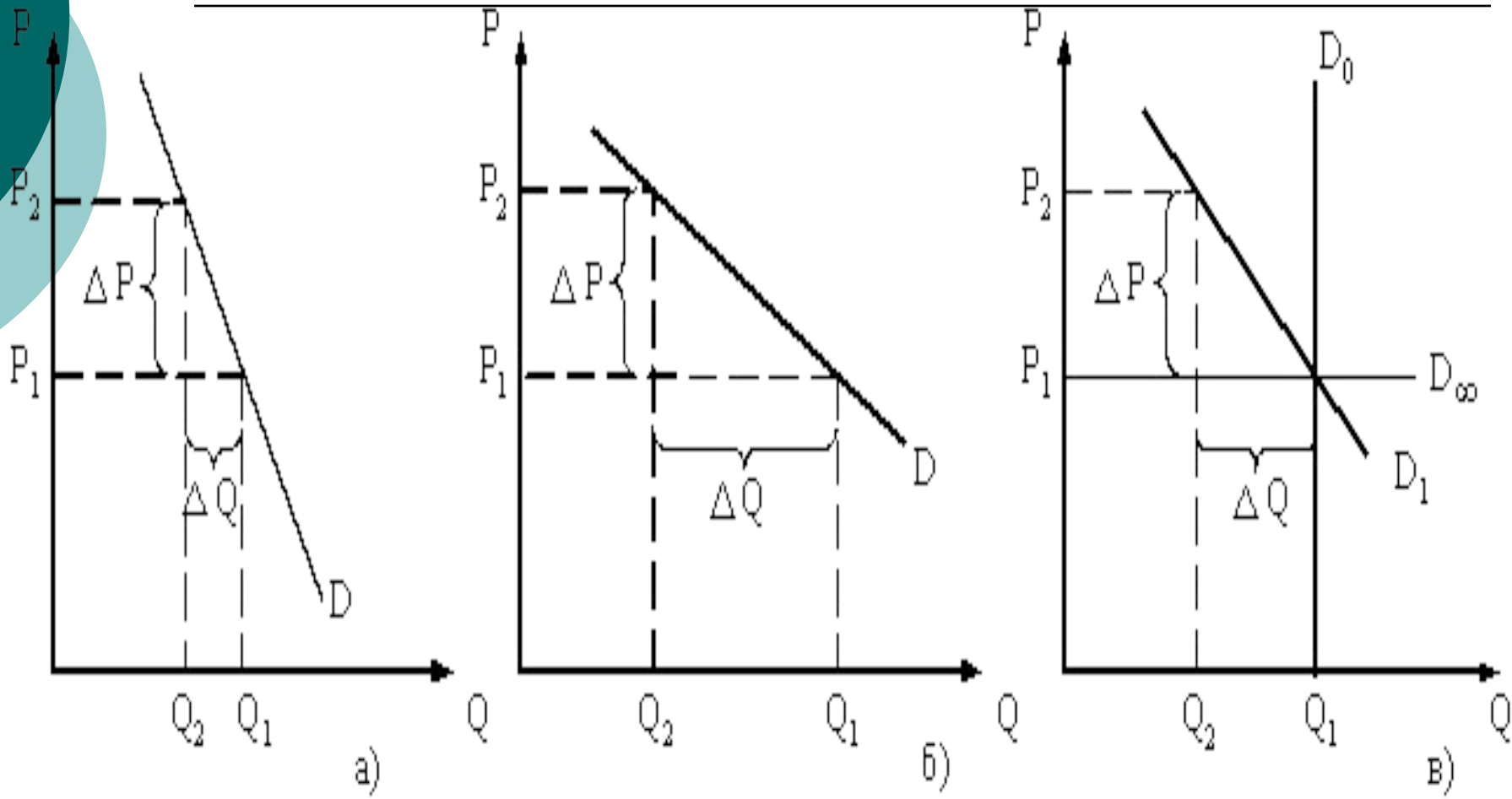
- часть медицинских услуг обладает свойством «общественных товаров» (или «общественных благ») (одной из особенностей «общественных благ» является их способность распространять свой потребительский эффект на лиц, не участвующих в рыночной сделке);
- недостаточная информированность потребителя, информационная «асимметрия» производителя и потребителя медицинских услуг деформирует обычное взаимодействие спроса и предложения;
- особая роль принципа равенства в получении медицинской помощи: объем и качество потребления медицинских услуг не может определяться только уровнем платежеспособности населения – это, естественно, нарушает механизм рыночного ценообразования в здравоохранении.

Степень чувствительности спроса к изменению различных факторов (цена товара, доход потребителя, цены товаров-заменителей и дополняющих товаров) называется **эластичностью спроса**.

$$E_p(D) = \frac{\Delta Q_D}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_D}$$

Коэффициент эластичности спроса по цене (прямая эластичность спроса) показывает, на сколько изменится объем спроса при изменении цены на 1 %.

Графики спроса с различной эластичностью по цене

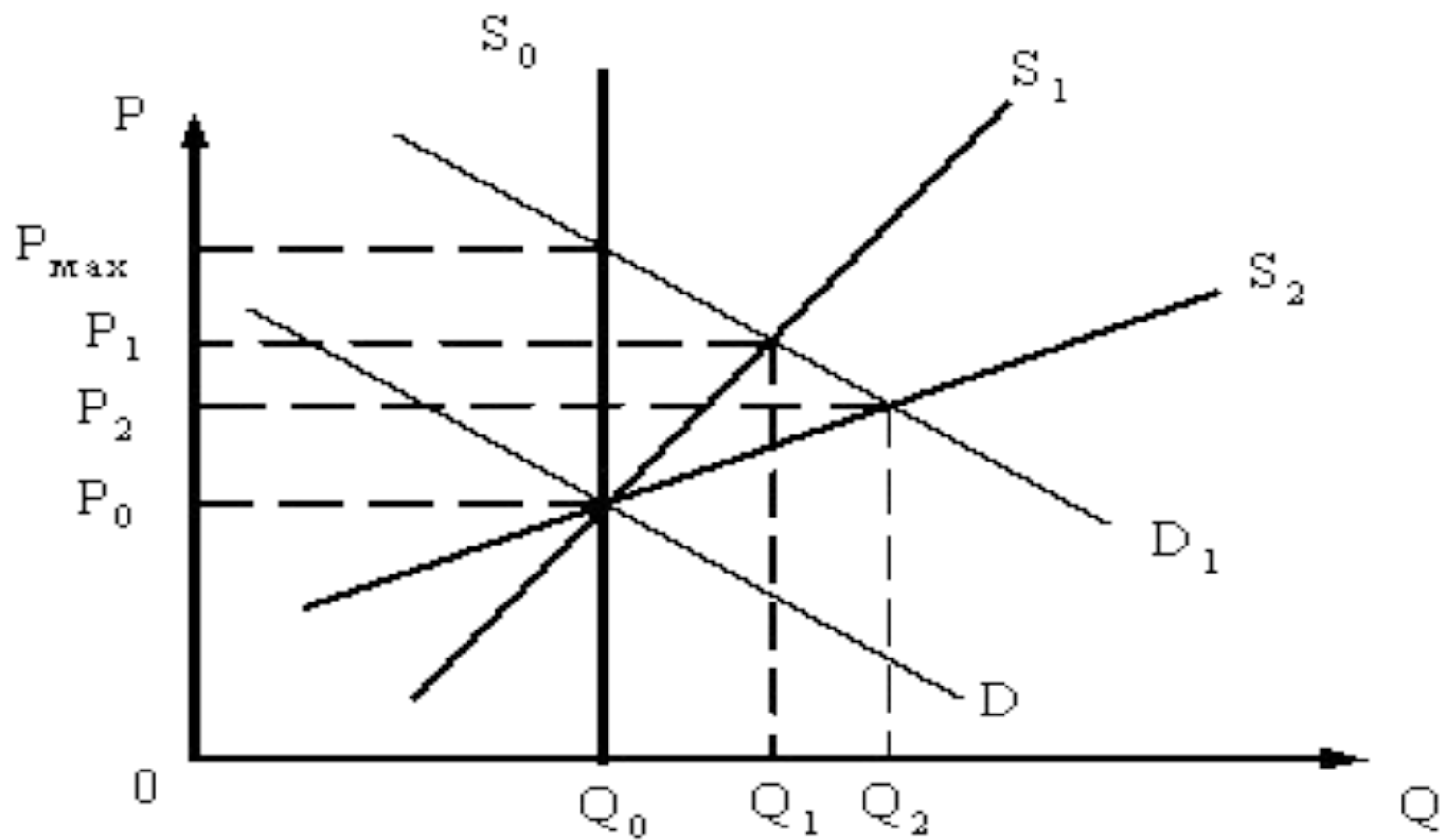



Степень чувствительности предложения к изменению цены товара называют **эластичностью предложения**.

~~Коэффициент эластичности предложения по цене~~ показывает, на сколько изменится объем предложения товара при изменении цены (P) на 1 %:

$$E_s = \frac{\Delta Q_s}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q_s}$$

Влияние фактора времени на эластичность предложения





Рынок здравоохранения – это развитая система отношений товарного и нетоварного обмена, которая представляет собой объединение ~~отдельных, взаимосвязанных субрынков,~~
включающих:

- рынок медицинских услуг;
- рынок лекарственных препаратов, материалов и гигиенических средств;
- рынок медицинского оборудования и инструментария;
- рынок труда медицинских работников;
- рынок научно-технических разработок и интеллектуального труда;
- рынок ценных бумаг в сфере здравоохранения.

Отличия товарного рынка совершенной конкуренции от рынка медицинских услуг

<i>Рынок совершенной конкуренции</i>	<i>Рынок медицинских услуг</i>
Большое количество продавцов	Число продавцов ограничено, существуют ограничения входа на рынок, возможны ситуации, близкие к естественной монополии
Однородность товара	Неоднородность медицинской услуги, ее уникальные свойства
Хорошая информированность покупателей	Несовершенная информация
Возможность сопоставления цены товара и его качества	Невозможность или трудность сопоставления цены и качества
Производители стремятся к максимизации прибыли	Наличие большого числа государственных или частных некоммерческих организаций
Реализация продукции осуществляется, как правило, напрямую.	Как правило, требуется участие «третьей стороны» - компетентного посредника, который и оплачивает часть медицинских услуг

Приоритетное место в структуре рынка здравоохранения принадлежит рынку медицинских услуг

- совокупность всех медицинских технологий, изделий медицинской техники, методов организации медицинской деятельности, фармакологических средств, реализуемых в условиях конкурентной экономики;
- совокупность существующих и потенциальных производителей (ЛПУ) и потребителей медицинских услуг (пациентов).

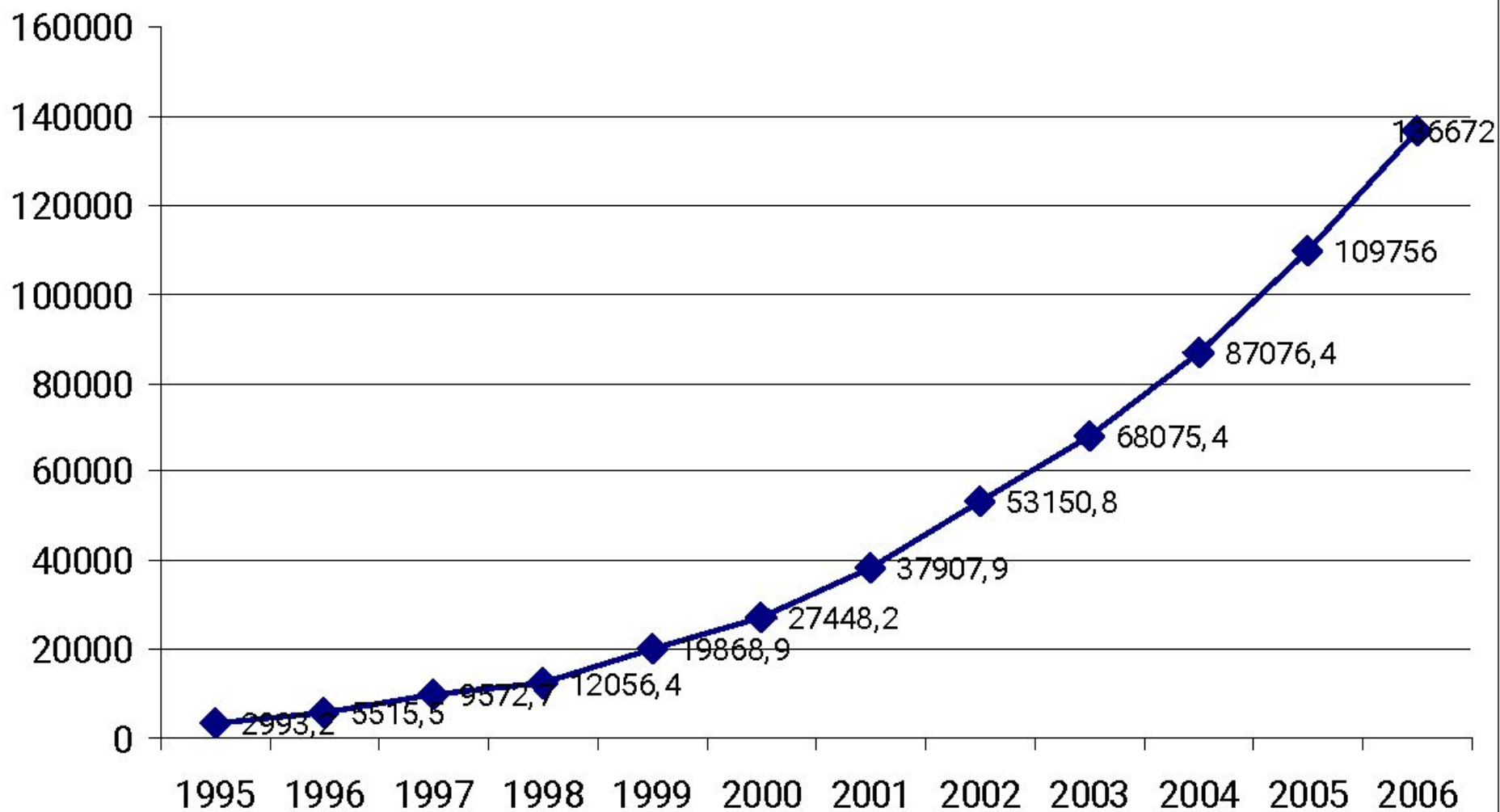
Классификации медицинских услуг

- **по характеру:** лечебные; диагностические; профилактические; социальные; реабилитационные; медико-экспертные; парамедицинские; образовательные; аккредитации и лицензированию; сервисные;
- **по сегментам структуры здравоохранения:** амбулаторные, стационарные, санитарно-гигиенические, эпидемиологические и т.п.;
- **по уровням медицинской помощи:** доврачебные, врачебные, квалифицированные, специализированные;
- **по интенсивности во времени:** скорые, неотложные, плановые.
- **по квалификации источника медицинских услуг** (низкая, средняя, высокая); **по технологии и инвазивности** (рутинные, высокотехнологические, инвазивные и неинвазивные); **по соблюдению стандарта; по времени достижения конечного результата; по соответствию правовым нормам.**

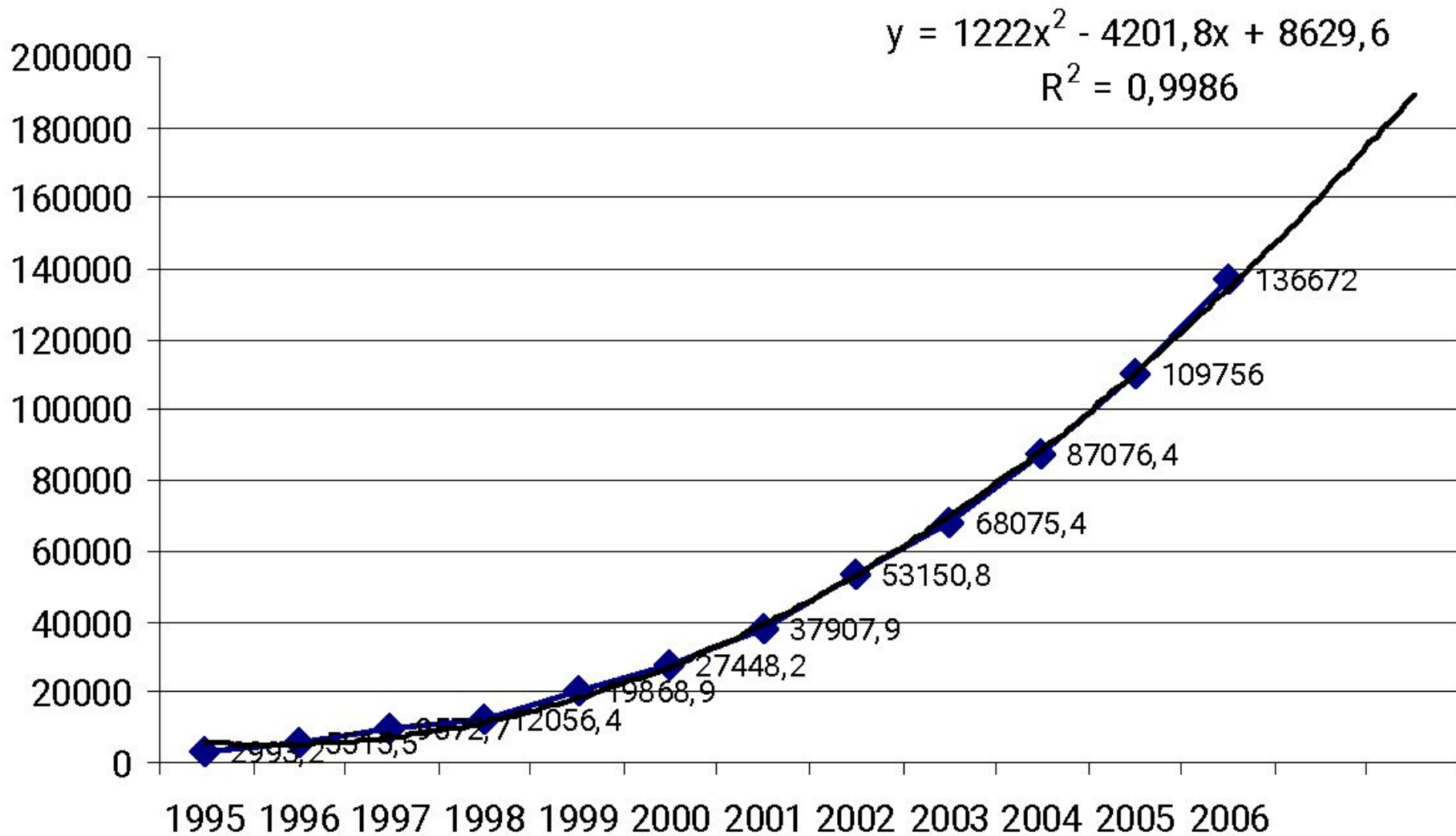
Систематизированные свойства медицинских услуг можно представить как:

- общие свойства: неосвязаемость (нематериальность характера) до ее получения; неразрывность производства и потребления услуги; неоднородность или изменчивость качества, неспособность услуги к сохранению впрок;
- экономические составляющие: себестоимость, рентабельность, эффективность, цена услуги, методика ценообразования;
- медико-социальные свойства: своевременность, доступность, качество.

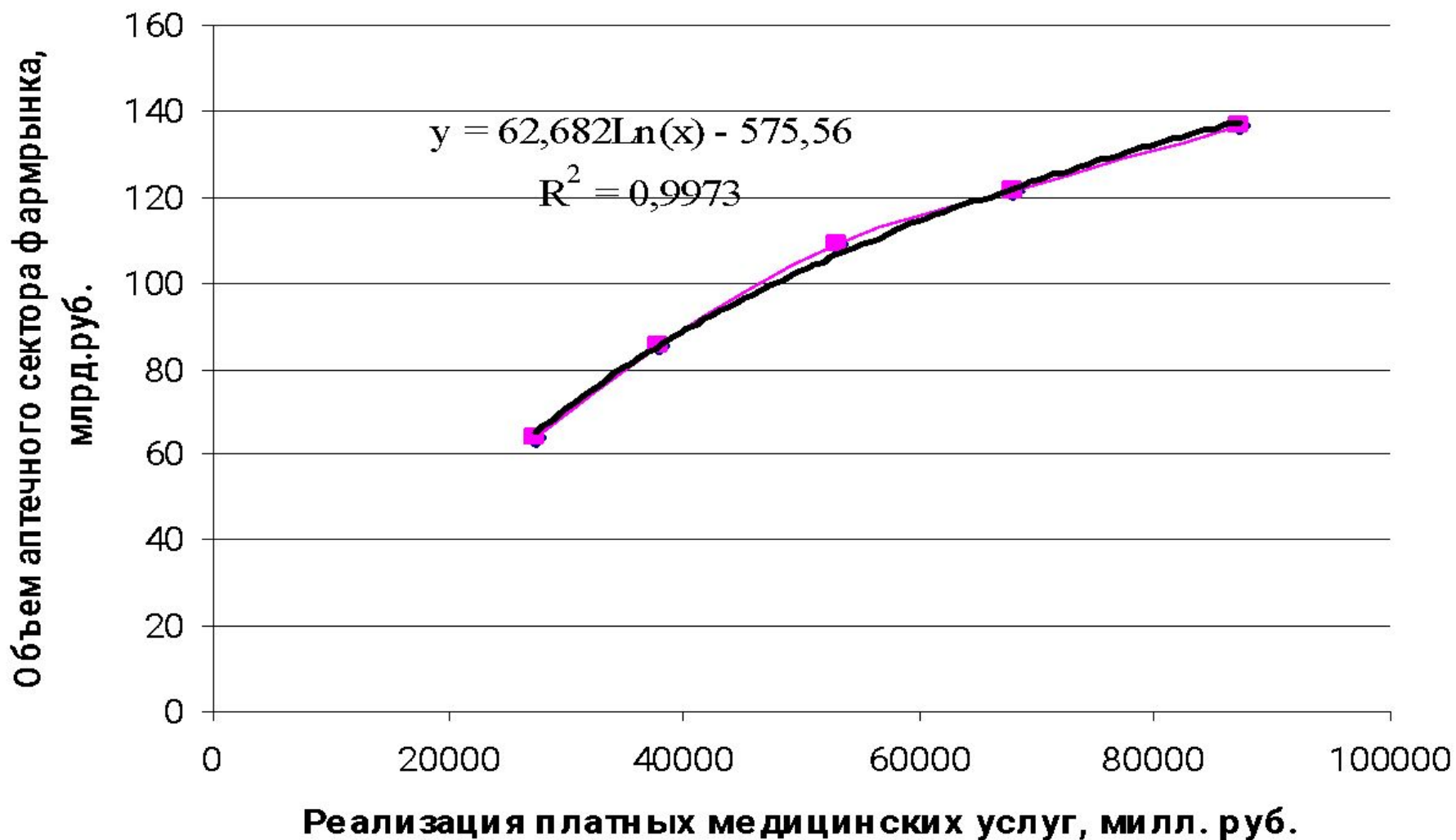
Реализация платных медицинских услуг, милл. руб. (данные Росстата)



Прогноз реализации платных медицинских услуг, милл. руб. (по данным Росстата)



Прогнозирование объемов розничных (коммерческих) продаж на фармрынке в зависимости от объема реализации платных медицинских услуг



ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ПЛАТНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ В ОБЛАСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ОТДЫХА

	1995	2000	2005	2006
	В процентах к итогу			
Платные услуги населению - всего	100	100	100	100
из них:				
медицинские	2,6	4,6	4,8	4,9
санаторно-оздоровительные	3,4	2,8	1,6	1,5
услуги физической культуры и спорта	0,3	0,4	0,7	0,6

**ОБЪЕМ ПЛАТНЫХ УСЛУГ В ОБЛАСТИ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ОТДЫХА
НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ**
(рублей; 1995 г. – тыс. руб.)

	1995	2000	2005	2006
Платные услуги населению - всего	768,2	4141,4	16002,4	19805,4
из них:				
медицинские	20,3	188,6	773,1	967,2
санаторно-оздоровительные	26,3	115,7	254,2	302,6
услуги физической культуры и спорта	2,0	15,5	104,7	111,3



Спасибо за внимание!