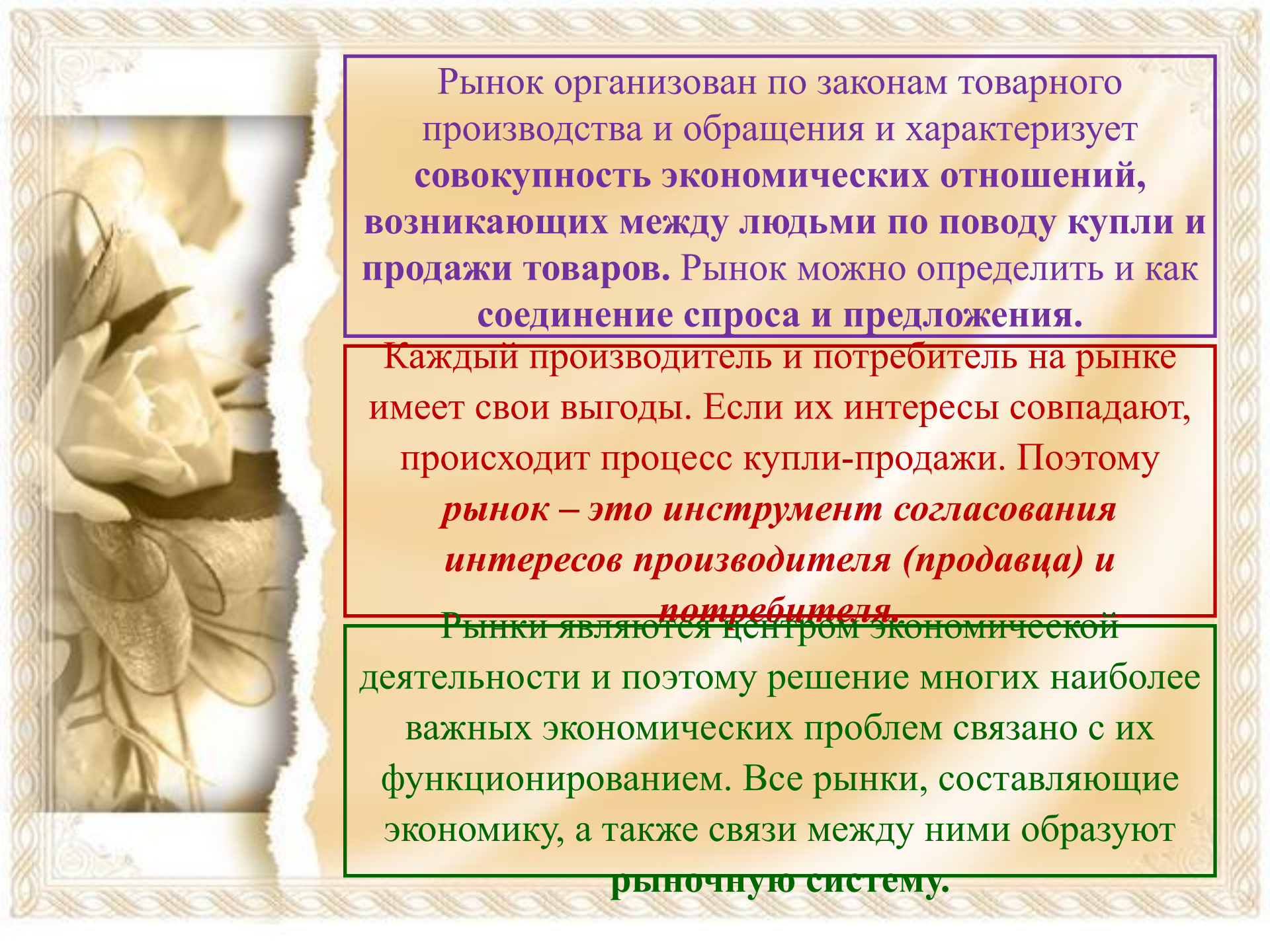
An easel with a painting of a tree in autumn. The painting shows a large tree with green and orange leaves, standing in a field of fallen leaves. The scene is set in a room with a blue wall, a hanging lamp, and a desk with a pen holder and a plate of leaves.

**Особенности действия  
экономических законов на  
фармацевтическом рынке.**

12.12.2015г.





Рынок организован по законам товарного производства и обращения и характеризует совокупность экономических отношений, возникающих между людьми по поводу купли и продажи товаров. Рынок можно определить и как **соединение спроса и предложения.**

Каждый производитель и потребитель на рынке имеет свои выгоды. Если их интересы совпадают, происходит процесс купли-продажи. Поэтому *рынок – это инструмент согласования интересов производителя (продавца) и потребителя.*

Рынки являются центром экономической деятельности и поэтому решение многих наиболее важных экономических проблем связано с их функционированием. Все рынки, составляющие экономику, а также связи между ними образуют **рыночную систему.**

## Основными признаками рыночной экономики являются:

Наличие *различных форм собственности* (закреплено ГК РФ).

Рынок предполагает наличие *товарной массы*. Чем больше товара по количеству и качеству, тем более развит рынок.

Рынок предполагает наличие *развитой и устойчивой денежной системы*. Развитый рынок – это не бартер, не обмен Т-Т, это бесконечная цепь товарно-денежных отношений Т-Д-Т-Д и т.д.

*Свобода предпринимательства и выбора*. Рынок предполагает самостоятельность хозяйствующих субъектов и, соответственно, свободу договоров и сделок. Разумеется, эта самостоятельность относительная, т.к. их действия предопределены правилами и законами рынка, прежде всего законами спроса и предложения, закона стоимости.

В основе действия двух основных участников рынка – продавцов и покупателей – лежит *личный экономический интерес*, как главный мотив их поведения. В этом проявляется стимулирующий эффект рынка.

Неотъемлемой частью рыночной экономики является наличие *конкуренции*, как механизма регулирования рынка.

Под **конкуренцией** (лат. concurrere – сталкиваться) понимают наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, соперничающих между собой в процессе купли-продажи товаров. Основная борьба между конкурирующими субъектами ведется за ограниченный платежеспособный спрос потребителей.

Существуют различные разновидности и формы конкуренции **ценовая и неценовая.**

При **ценовой конкуренции** соперник с помощью механизма снижения цен старается сделать свой товар наиболее привлекательным и тем самым привлечь покупателя.

При **неценовой конкуренции** используются различные формы рекламы, повышение качества товара, улучшение качества обслуживания и т.д.

1. Рынок предполагает **свободные рыночные цены**, на формирование которых оказывает влияние состояние спроса и предложения.
2. В условиях рыночной экономики **ограничена роль государства.**

Роль государства остается важной и значительной, заключается в создании и обеспечении системы правового регулирования функционирующих рыночных механизмов и правовой защите потребителей, особенно в вопросах предоставления социальных гарантий



Экономика, основанная на принципах свободного предпринимательства, многообразия форм собственности на средства производства, рыночного ценообразования, договорных отношений между хозяйствующими субъектами, ограниченного вмешательства государства в хозяйственную деятельность, называется рыночной экономикой.

Рынок выполняет ряд функций: посредническую, ценообразующую, информационную, регулирующую, стимулирующую, saniрующую.

**Посредническая функция** состоит в том, что рынок напрямую соединяет производителей (продавцов) и потребителей товаров (покупателей), предоставляя им возможность общаться

**Ценообразующая функция** рынка возникает при столкновении товарного спроса и предложения, а также благодаря конкуренции. В результате свободной игры этих рыночных механизмов складываются цены на товары и услуги.

Одновременно с этим проявляет себя **информационная функция**, так как сложившиеся цены как бы «сообщают» о состоянии экономики, через падение или рост цен участники рыночных отношений узнают о насыщенности рынка

товарами, о запросах потребителей и т.п. Через тот же механизм свободных рыночных цен действует и **регулирующая функция**. Из менее выгодных отраслей с пониженными ценами (в случае перепроизводства продукции) капиталы перетекают в более прибыльные отрасли. В результате в первом случае производство сокращается, а во втором растет.

**Стимулирующая функция** также осуществляется с помощью рыночных цен. В данном случае через цены стимулируется эффективность экономики. Цены «вознаграждают» дополнительную прибылью тех, кто производит товары, наиболее нужные потребителям, кто совершенствует производство, увеличивает производительность, снижает издержки.

**Санирующая или оздоровительная функция** заключается в том, что рыночный механизм – жесткая система, способствующая социальному расслоению, отличается беспощадностью по отношению к слабым. С помощью конкуренции рынок очищается от неустойчивых хозяйственных единиц и поддерживает более предприимчивых и эффективных. Те предприниматели, которые не учитывают запросы потребителей, не заботятся о прогрессивности и рентабельности своего производства, терпят

поражение в конкурентной борьбе.  
Рыночный механизм хозяйствования имеет ряд преимуществ и оказывает на экономическую жизнь общества **положительное влияние:**

- а) стимулирует рост производства, ускоряет темпы его развития;
- б) повышает эффективность производства, побуждает экономить трудовые и материальные ресурсы;
- в) формирует такую систему хозяйствования, которая отвечает потребностям и запросам потребителей;
- г) рынок создает саморегулирующую систему хозяйства, в которой каждый занимает свою нишу.



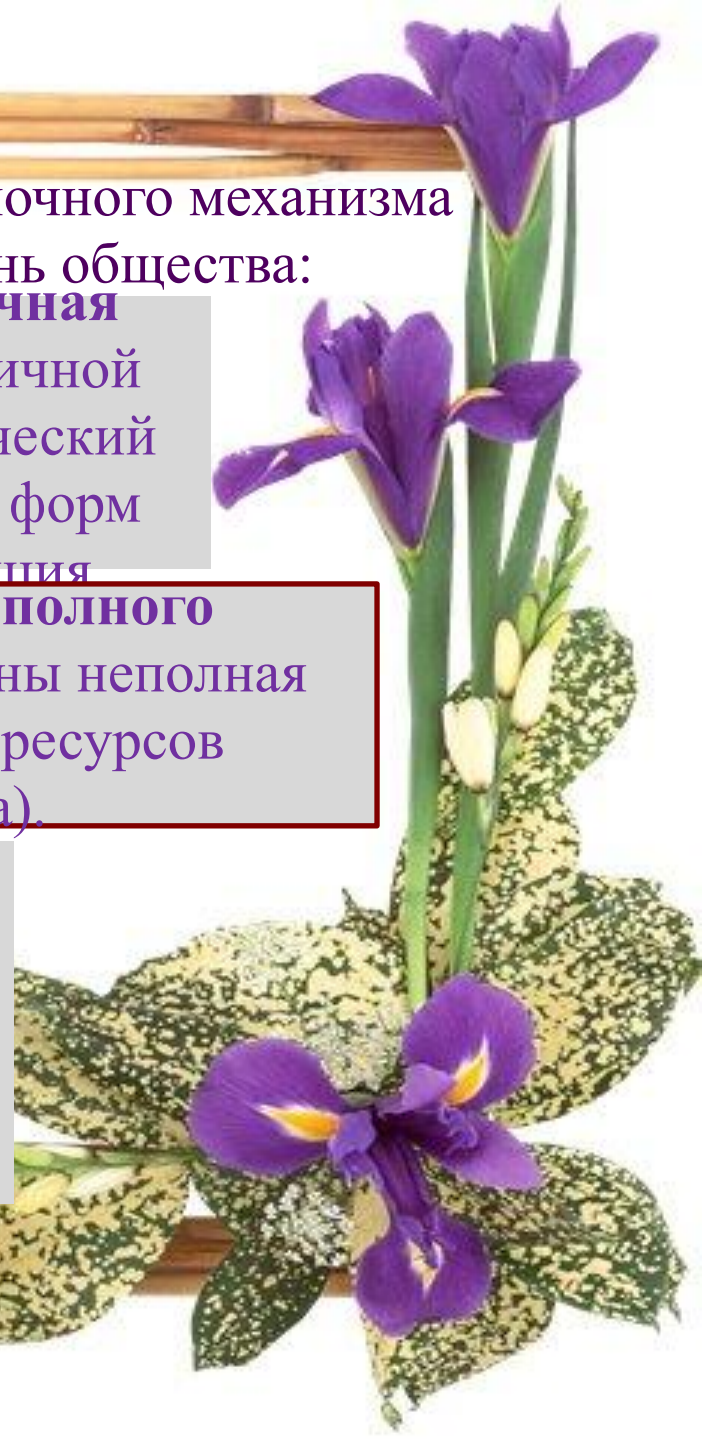
Проявления **отрицательного влияния** рыночного механизма

на экономическую и социальную жизнь общества:

Как саморегулирующая система, **рыночная система недостаточно стабильна**. Типичной формой нестабильности является циклический характер развития экономики. Одной из форм нарушения равновесия является инфляция

Рыночная система **не обеспечивает полного использования ресурсов**, ей свойственны неполная занятость материальных и трудовых ресурсов (безработица – спутник рынка).

Рынок **безразличен к производству общественных, социально значимых благ и услуг** (национальная оборона, образование, здравоохранение, культура, содержание пенсионеров, инвалидов и т. д.).





# Рынки классифицируются по различным признакам.



1. По отраслевой принадлежности товара, как объекта обмена, различают: рынок автомобилей, ценных бумаг, продовольственных товаров, лекарственных препаратов (фармацевтический рынок) и др.

2. По пространственному признаку:  местный;  региональный;  национальный;  международный;  мировой.

3. По характеру и уровню спроса и предложения:

рынок покупателя (высокий уровень конкуренции между производителями и поставщиками товаров. Рынок насыщен широким ассортиментом товаров, предложение превышает спрос. Преимущества имеют покупатели);

рынок продавца (недостаток производимых товаров, дефицит товаров, покупатель покупает то, что предлагают, спрос превышает предложение.

Преимущества в данных условиях имеют производители и продавцы товаров).

4. По характеру взаимоотношений продавцов и покупателей:

конкурентные рынки: чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия;

неконкурентные рынки: чистая монополия



# Краткая характеристика моделей современного рынка

| Модели рынка                         | Основные характерные черты |                                     |                        |  |
|--------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|------------------------|--|
|                                      | Число фирм                 | Контроль над ценой                  | Вступление в отрасль   | Примеры  |
| <b>Чистая конкуренция</b>            | Очень большое              | Отсутствует                         | Совершенно свободное   | Сельское хозяйство, услуги фондовых бирж и по обмену валют |
| <b>Монополистическая конкуренция</b> | Много                      | Очень ограниченный                  | Сравнительно свободное | Производство одежды, обуви, розничная торговля (в т.ч. ЛС) |
| <b>Олигополия</b>                    | Несколько                  | Значительный (особенно при сговоре) | Затруднено             | Производство автомобилей, сельхозмашин, оптовая торговля   |
| <b>Чистая монополия</b>              | Одна                       | Очень значительный                  | Практически невозможно | Электро-, газо-, водоснабжение                             |



красиво жить не  
запретишь!



# Особенности фармацевтического рынка

Составной частью рыночной системы является фармацевтический рынок, который представлен лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения, услугами.

Субъектами фармацевтического рынка являются: производители лекарственных средств, оптовые поставщики (аптечные склады, базы, фирмы), аптечные организации (аптеки, аптечные пункты, киоски, магазины), потребители ЛС – население и ЛПУ.

Особенностью фармрынка России является то, что более 30 % населения России, находясь на амбулаторном лечении, пользуются льготами при получении ЛС. Порядка 70 % всех обращающихся оплачиваются за счет бюджетных средств всех уровней или фондов ОМС.

Бюджетных средств, выделяемых на эти цели, недостаточно. Как следствие – возникновение дебиторской задолженности снижает показатели экономической деятельности аптечных организаций.

С целью совершенствования фармацевтического рынка, развития структур, занимающихся созданием и производством фармацевтической продукции, имеющей стратегическое значение для национальной безопасности; повышения доступности и качества фармацевтической помощи государство проводит протекционистскую политику, направленную на защиту интересов всех участников фармацевтического рынка.

К основным формам *государственного регулирования* фармацевтического рынка относятся:

- 1) разработка и утверждение нормативных документов, регулирующих порядок обращения ЛС, устанавливающих требования к фармацевтическим организациям, лицензированию фармацевтической деятельности;
- 2) регулирование экспорта и импорта фармацевтической продукции, направленное, с одной стороны, на защиту отечественных производителей ЛС, с другой стороны, на насыщение рынка ЛС, которые не производятся в России, или их производство недостаточно;
- 3) стандартизация объемов и качества оказания фарм. и мед. помощи, что связано с ограниченными возможностями финансирования отрасли. Основными направлениями стандартизации являются разработка стандартов лечения и введение формуляров, формирование перечней ЖНВЛС, а также финансирование их производства и закупки;
- 4) разработка и совершенствование системы регистрации и сертификации ЛС и другой продукции, оказывающей воздействие на здоровье граждан. Система ориентирована на обеспечение безопасности фармацевтической продукции;
- 5) финансовая и налоговая политика, предусматривающая контроль за рациональным использованием финансовых средств на закупку ЛС, предоставление налоговых льгот предприятиям, производящим и реализующим ЛС;
- 6) социальная защита потребителей, выражающаяся в регулировании цен на ЛС для обеспечения их доступности; формировании групп населения, имеющих льготы; ограничении рекламы ЛС, отпускаемых по рецептам



**С развитием рыночных отношений в нашей стране произошли положительные изменения в экономической и организационной деятельности аптек:**

- аптеки получили самостоятельность, сами распоряжаются своими ресурсами, осуществляя свою деятельность на принципах самокупаемости и самофинансирования;

- активно расширяется перечень маркетинговых мероприятий, направленных на изучение спроса на ЛС, рекламу ЛС, расширение сервисных услуг (информация о наличии лекарств и ценах на них, работа под заказ, прием заказов по телефону, доставка лекарств на дом и т.д.);

- изменилась система поставок фармацевтических товаров (с 1-2 раз в месяц в прошлом до ежедневного в настоящем). Это способствовало повышению скорости оборачиваемости товаров с 60 – 90 дней до 25 – 30 дней.

**Все эти изменения привели к повышению качества и доступности лекарственной помощи, а также положительно повлияли на экономику аптечных предприятий.**

Чтобы составить прогноз основных экономических показателей аптеки, необходимо знать объективные закономерности, определяющие поведение покупателей и продавцов на фармацевтическом рынке.

Состояние потребительского рынка в целом, отдельных его видов и сегментов характеризуют такие элементы, как *спрос, предложение, цена*, между которыми существует устойчивая причинноследственная связь.

## Особенности спроса на фармацевтическом рынке

- по срокам использования фармацевтические товары могут быть длительного пользования (например, предметы санитарии, гигиены) и кратковременного пользования (ЛС, лекарственное растительное сырье);
- по характеру спроса фармацевтические товары скорее являются товарами массового спроса. Однако и в группе фармацевтических товаров можно выделить:

товары пассивного спроса.

Эти товары отличаются либо высокой ценой, либо низкими качественными характеристиками, либо о товаре мало известно из-за недостатка информации и отсутствия рекламы;

товары особого (эксклюзивного) спроса с уникальными свойствами, приобретение которых требует дополнительных усилий и затрат со стороны покупателей;

товары выборочного спроса, приобретение которых связано с предварительной оценкой имеющегося ассортимента и последующим выбором товара путем сравнения по качеству, оформлению, цене, фирме-производителю, стране и т.д.



Функция спроса является определяющей - она заставляет производителей выпускать необходимые населению товары, улучшать их качество и ассортимент. Спрос зависит от потребностей людей: с изменением потребностей меняется и спрос, который представляет собой денежное

выражение потребностей  
Функция предложения заключается в том, чтобы связать производство с потреблением, продажу товаров с их покупкой. Реагируя на возникающий спрос, производство начинает увеличивать выпуск товаров, улучшать их качество и уменьшать издержки их изготовления и тем самым увеличивать общий объем предложения на рынке.



Изучение спроса связано с установлением фактического потребления лекарственных средств, выявлением закономерностей спроса с учетом динамики и целого комплекса факторов, влияющих на их потребление.

Основная цель изучения конъюнктуры реализации ЛС - установить, в какой мере конкретное состояние реализации их соответствует спросу, как будут изменяться эти показатели в ближайшем будущем и какие меры необходимо принять, чтобы добиться безотказного обеспечения населения и ЛПУ ЛС и ИМН и как все это влияет на показатели финансово-хозяйственной деятельности аптечных учреждений.

При изучении спроса различают реализованный (удовлетворенный), неудовлетворенный и формирующийся спрос.

Формирующийся спрос – это нечетко выраженный спрос на новые и малоизвестные виды товаров аптечного ассортимента.

Неудовлетворенный спрос представляет собой спрос на ЛС, которые поступают в аптечную сеть в недостаточном количестве или неравномерно

Реализованный спрос - фактическая реализация лекарственных средств при достаточном и постоянном их наличии в аптечной сети.



Влияние наиболее важных внутренних факторов, которые в совокупности характеризуют стратегию сбыта аптечного предприятия.

Если фармкомпания производит новое ЛС, то для его распространения имеют значения лечебные свойства образца. Если он не отвечает мировым стандартам, имеются побочные эффекты, исключается возможность использования, то следствием будет отсутствие или низкий уровень спроса на данный препарат.

Аналогично стандартам для обеспечения спроса на новое ЛС конечного бытового потребления влияет "врачебная мода". Если ее действие не учтено, новая продукция не найдет спроса.

Высокие лечебные показатели, современные технологии, отсутствие побочных эффектов в ЛС способствуют спросу на них, и, наоборот, несоответствие заявленному качеству в процессе применения нового препарата снижает спрос на него.

Фактором, содействующим спросу, являются условия продажи, дозировка и форма выпуска препарата.

Между величиной расходов на научные исследования и разработки, появлением новой продукции, ускорением внедрения ее в производство и возникновением спроса на нее существует прямая связь. Чем выше расходы на научные исследования и разработку, тем в конечном итоге быстрее распространяется новая продукция.

Высокий технический уровень предприятия-изготовителя обеспечивает быстрый переход к качественно новой ступени производства, позволяющий ускорять предложения рынку принципиально новой продукции, стимулируя возникновение спроса на нее.

Одним из наиболее важных факторов спроса является цена, устанавливаемая на новое лекарство. Скидки и иные ценовые льготы способствуют продвижению нового товара на рынок.

Для признания нового препарата рынком и, следовательно, обеспечения спроса на него большое значение имеет выбор наиболее авторитетного эксперта, создающего "авторитетное мнение" о данном препарате.

Важность для распространения новой научно-технической продукции имеют коммуникационные факторы. Открытость - еще до выведения новой продукции на рынок знакомство с ней потребителя, формируя у него спрос. Закрытость - появление на рынке нового неизвестного ЛС может быть встречено потребителем настороженно и процесс формирования спроса будет слишком длителен.

Фактор рекламный: продуманная рекламная кампания способствует формированию и повышению спроса.

Внешние факторы спроса, значительная часть которых характеризует среду функционирования аптечного предприятия, реализующего фармацевтическую продукцию.

Общэкономическое состояние государства. Если оно стабильно, уровень инфляции невысок, то постоянно проводятся исследования и появляются новые ЛС, на которые существует спрос, стимулирующий исследования.

Неблагоприятная экологическая обстановка в регионе является стимулом спроса на новые фармацевтические препараты укрепляющего и профилактического назначения.

Технический прогресс и в связи с его ускорением быстрое моральное старение большого числа препаратов.

Доходы потребителей являются фактором, прямо влияющим на характер спроса: чем они выше, тем больше спрос.

Наличие на рынке "старых" товаров аналогичного назначения является фактором, снижающим спрос на новые препараты

Расширение сети ЛПУ и аптечных учреждений и связанное с этим увеличение численности мед. и фарм. кадров, развитие мед. и фарм. науки, внедрение новых методов диагностики, использование более эффективных ЛС увеличивают спрос на лекарственные препараты.

Увеличение контингента лиц пожилого возраста с более высоким уровнем заболеваемости также ведет к увеличению спроса на лекарства.



**Спрос** - фундаментальное понятие рыночной экономики, означающее подкрепленное денежной возможностью желание, намерение покупателей, потребителей приобрести данный товар. Спрос характеризуется его величиной, означающей количество товара, которое покупатель желает и способен приобрести по данной цене в данный период времени

В понятии спроса необходимо выделить два аспекта:

**желание** потребителя приобрести товар в связи с тем, что он имеет субъективную полезность для данного покупателя (при приобретении ЛС часто спрос определяется необходимостью по жизненно важным показаниям – патологией);

**реальную возможность** купить данный товар, то есть наличие денег («платежеспособный спрос»).

По формам образования различают несколько видов спроса:

*сложившийся спрос*, соответствующий уверенному, признанному положению товара на рынке (на ЛС, которые долго находятся на рынке);

*формирующийся спрос*, складывающийся на начальной стадии выхода товара на рынок (на новые ЛС);

- *сезонный спрос*, изменяющийся в течение года в соответствии с сезонным характером производства или потребления;

*негативный* – активное неприятие товара потребителями в случае сомнения относительной его полезности (для ЛС – неэффективность, наличие побочных эффектов).

Спрос – явление динамичное. Он изменяется во времени под воздействием комплекса факторов. Его тенденции выражают:

- *растущий или интенсивный спрос*, скорость развития которого выражена темпом роста больше единицы ( $T > 1$ );

- *стабилизировавшийся спрос* -  $T = 1$ ;

- *угасающий или сокращающийся спрос* (спад спроса) -  $T < 1$ .

По степени удовлетворения потребителей в тех или иных товарах различают:

- *спрос удовлетворенный* (реализованный) – условно приравнивается к объему продаж, подкреплен наличием денег и товаров;

- *спрос неудовлетворенный* - проявляется в невозможности приобрести необходимые товары по каким-либо причинам – отсутствия денег, товарный дефицит.

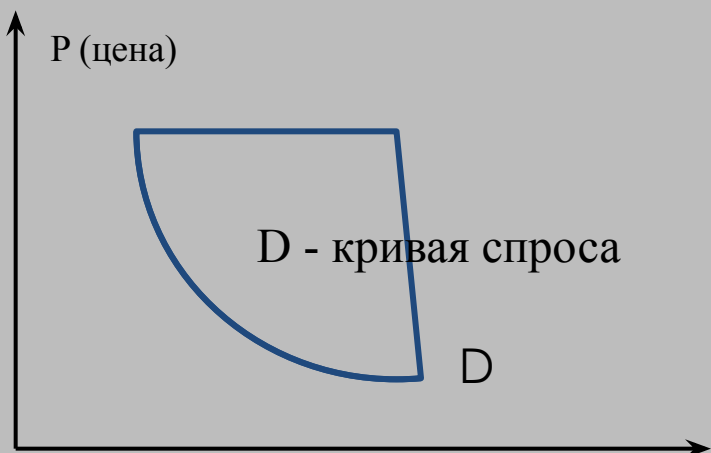
Спрос на ЛС зависит от ценовых и неценовых факторов.

К ценовым факторам относятся:

- цена лекарственного препарата;

- цены на лекарства, относящиеся к данной фармакотерапевтической группе (заменители).

Между рыночной ценой товара и тем количеством, на которое предъявляется спрос, существует обратная зависимость, характер которой выражает **закон спроса**



Q (спрос, количество единиц товаров)  
Зависимость спроса от цены

**Суть закона спроса** состоит в том, что повышение рыночной цены при прочих равных условиях уменьшает объем спроса, и напротив, понижение рыночной цены приводит к увеличению спроса

Таким образом, понижение цены привлекает новых покупателей, побуждает потребителей данного товара совершить дополнительные покупки.

**Эффект дохода.** При понижении цены

на товар у покупателей появляется возможность приобрести дополнительные единицы этого товара, не отказывая себе в приобретении альтернативных товаров. Повышение цен на ЛС приводит к тому, что покупатели на эквивалентную сумму денег могут купить меньше товаров, снижается

реальный доход.

Существует два эффекта, подтверждающих закон спроса.

**Эффект замещения.** При понижении

цены на конкретный товар покупатели будут стремиться приобретать больше этого товара вместо аналогичных, но более дорогих. В условиях роста цен на ЛС и снижения жизненного уровня людей последнее является одним из главных мотивов в определении потребительского

выбора ЛС на рынке.



Степень зависимости величины спроса от цены характеризует *коэффициент ценовой эластичности* ( $K_{цэ}$ ), который рассчитывается по формуле:

$$K_{цэ} = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \div \frac{Ц_1 - Ц_0}{Ц_0}$$

где  $Q$  – количество приобретаемых товаров,  $Ц$  – цена товара

**Коэффициент ценовой эластичности** показывает, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении цены на 1 %.  $K_{цэ}$  всегда  $< 0$ .

Если  $K_{цэ} > [-1]$  – спрос эластичный, то есть незначительное изменение стоимости приводит к изменению спроса.

Если  $K_{цэ} < [-1]$  – спрос неэластичный – изменение стоимости товара вызывает незначительное изменение спроса (спрос на специфические лекарственные препараты).

Эластичность спроса по цене характеризует степень зависимости объема реализации товара от колебаний рыночных цен. При эластичном спросе общая выручка за реализованный товар ( $Ц \times Q$ ) возрастает быстрее по сравнению с темпами снижения цены. При неэластичном спросе – ситуация обратная.

Рассчитав  $K_{цэ}$ , или построив график спроса, можно определить эластичен спрос на конкретный товар или нет.

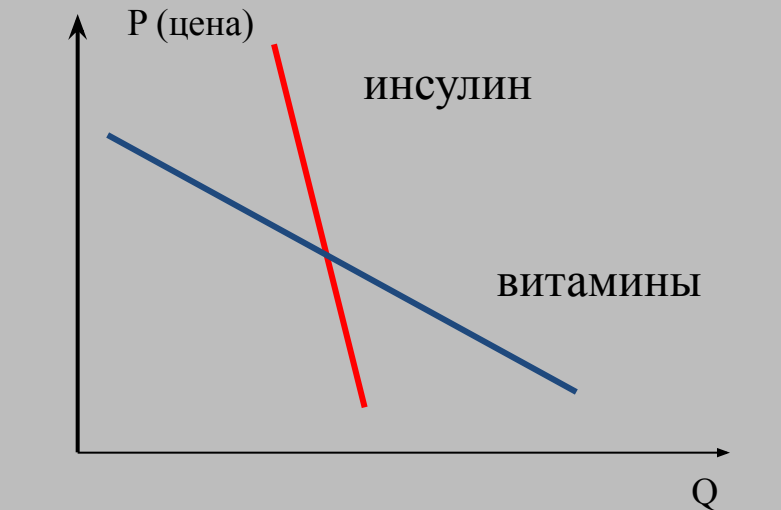
При изучении закона спроса необходимо знать факторы, которые влияют на ценовую эластичность спроса. Наиболее значимыми из них являются: заменяемость, удельный вес в бюджете потребителя, предмет роскоши или необходимости, фактор времени.

**1. Заменяемость.** Чем больше хороших заменителей имеет лекарственный препарат, тем более эластичен спрос на него. Так, при повышении цены на один препарат потребитель имеет возможность купить взаимозаменяемый товар по более низкой цене.

Например, спрос на витамины

эластичен, т.к. есть много заменителей (другие витамины, соки, фрукты). Спрос на инсулин неэластичен, так как у него почти нет заменителей, и при увеличении цены больные будут приобретать препараты инсулина в нужном

количестве



Кривые спроса на инсулин и витамины

Явление, когда изменение цены на один товар приводит к изменению спроса на другой товар, его заменяющий, получило название **перекрестной эластичности.**

Для измерения зависимости спроса от цены на взаимозаменяемые товары используется *коэффициент перекрестной эластичности*, который рассчитывается по формуле:

$$K_{цэХУ} = \frac{Q_{1X} - Q_{0X}}{Q_{0X}} \div \frac{Ц_{1Y} - Ц_{0Y}}{Ц_{0Y}}$$
$$K_{цэХУ} = \frac{\% \text{ изменения спроса } X}{\% \text{ изменения цены } Y}$$

где  $Q_1, Q_0$  – величина спроса на товар  $X$ ;  $Ц_1, Ц_0$  – цена на товар  $Y$ .

Коэффициент перекрестной эластичности показывает, как изменится величина спроса на лекарственный препарат  $X$  при изменении цены на препарат  $Y$  на 1 %. Он может быть положительным, отрицательным

Если  $K_{цэ ХУ} > 1$ , то ЛС являются *взаимозаменяемыми*, повышение цены на одно лекарство влечет за собой повышение спроса на другое, его заменяющее.

Если  $K_{цэ ХУ} < 1$ , то ЛС являются *взаимодополняющими*, повышение цены на одно лекарство ведет к падению спроса на другое, его дополняющее.

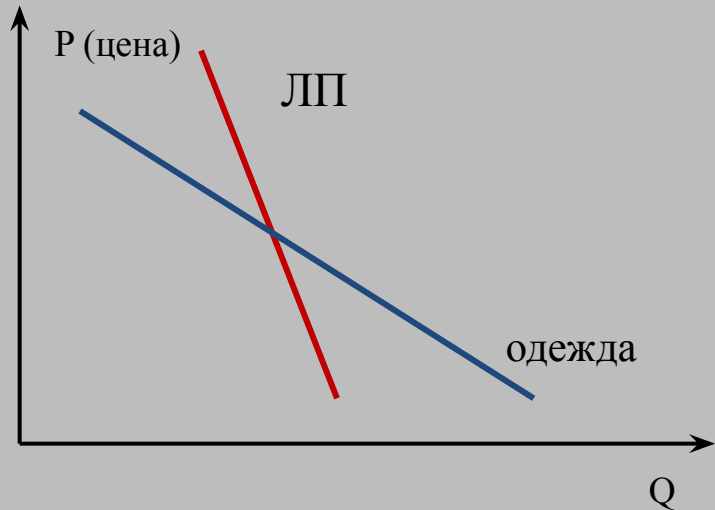
Если  $K_{цэ ХУ} = 1$ , то товары являются *независимыми* друг от друга, и изменение цены на один товар не оказывает влияния на спрос другого товара.

Чем больше значение коэффициента перекрестной эластичности, тем сильнее взаимосвязь товаров.



## 2. Удельный вес в бюджете потребителя.

Чем больше в бюджете потребителя занимает продукт, тем выше эластичность спроса на него.



Кривые спроса на лекарственные средства и одежду

## 5. Характер потребителей.

Граждан, получающих ЛС бесплатно за счет бюджетных средств, в меньшей степени волнует изменение цен.

Потребители, оплачивающие стоимость лекарств из личного бюджета, чувствительны к изменению цен.

Например, одежда занимает

значительную часть бюджета и увеличение стоимости на нее приводит к снижению спроса. Лекарства занимают сравнительно небольшой удельный вес в бюджете, и спрос на них менее эластичный.

## 3. Предмет роскоши или

**необходимости.** Спрос на предметы необходимости (хлеб, молоко, ЛС по жизненно важным показаниям) обычно неэластичен, их будут покупать и при увеличении цены. Если цены на них поднимутся, потребление снизится.

**4. Фактор времени.** Спрос на продукт обычно тем эластичнее, чем больше времени имеется для принятия решения какой препарат необходимо приобрести. Одна из причин – привычка. Необходимо время для поиска достойного заменителя.

Безусловно, цена является важным фактором, определяющим количество покупаемого товара, в том числе и лекарственных средств. Но есть и другие факторы, **неценовые**, влияющие на величину спроса.

К ним относятся:

□ **демографические** (численность населения, его половозрастная и социальная структура, культурный уровень);

□ **социально-экономические** (денежные доходы населения, уровень инфляции, уровень занятости населения и т.п.);

□ **психологические** (предпочтения потребителей, потребительские ожидания относительно цен, доходов, наличия товаров);

□ **географические и климатические.**



Так как совокупность факторов постоянно меняется, то, и спрос непрерывно изменяется.

К важнейшим неценовым факторам, влияющим на спрос, относится

*доход потребителей*

Зависимость между доходом и

спросом можно измерить с

помощью *коэффициента*

*подходной эластичности,*

который рассчитывается по

формуле:

$$K_{дэ} = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \div \frac{D_1 - D_0}{D_0}$$
$$K_{дэ} = \frac{\% \text{ изменения спроса}}{\% \text{ изменения дохода}}$$

где  $Q$  – количество приобретаемых товаров,  $D$  – доход

Если доход потребителя увеличится,

а цена товара остается неизменной,

то у потребителя возникает

возможность купить большее

количество товара, т.е. спрос

возрастает, кривая спроса сдвигается

вправо – из положения  $D$  в

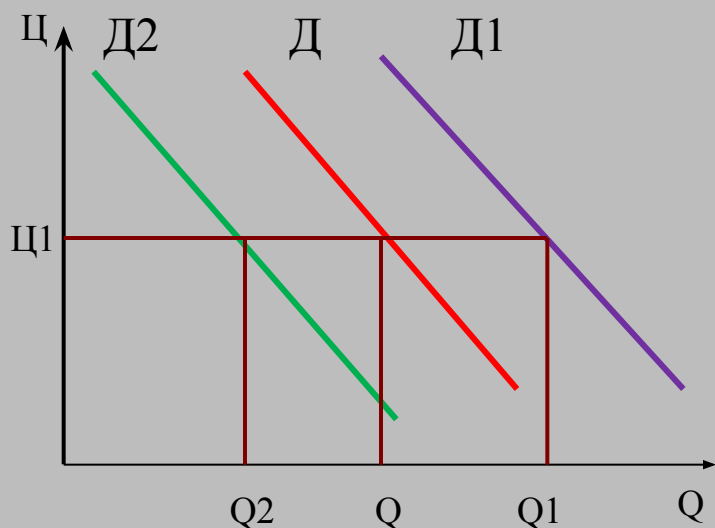
положение  $D_1$ . Уменьшение дохода

приводит к снижению покупательной

способности, и, соответственно,

кривая спроса сдвинется влево в

положение  $D_2$



Влияние дохода потребителей на спрос





# Особенности формирования спроса на лекарственные средства

Лекарственные средства – это специфический товар. В связи с этим имеются некоторые особенности при формировании спроса на них.

Можно выделить несколько видов спроса на ЛС

Спрос, который оплачивает население путем приобретения ЛС и ИМН в аптеках за полную стоимость, определяется объемом **потребительского спроса**. Его величина зависит:

- от размера среднедушевого потребления ЛС;

- от состава и размера препаратов безрецептурного отпуска;

- от ассортимента лекарств, отпускаемых по рецептам за полную стоимость.

В процессе лекарственного обеспечения стационарных больных участвуют ЛПУ и другие учреждения, получающие финансовые ресурсы из бюджетов различных уровней и фондов ОМС. Совокупность этих средств определяет объем общественного спроса на ЛС. Величина общественного спроса зависит от размера поступлений из Федерального бюджета, субъектов федерации и местных бюджетов (по оценкам экспертов объем общественного спроса на ЛС и ИМН удовлетворяется в настоящее время на 35-37 %).

Кроме того, в России имеет значительный размер инвестиционный спрос на ЛС и ИМН, охватывающий различные запасы лекарственных средств, находящихся как в форме товарного кредита, так и в форме запаса в ЛПУ, на складах МЗ, МЧС, МО, в товаропроводящей сети.

Вместе взятые виды спроса представляют собой **совокупный спрос** здравоохранения на лекарственные средства и изделия медицинского назначения.

# Закон предложения

**Предложение** – это готовность и реальная возможность товаропроизводителя произвести и поставить на рынок определенное количество данного товара.

В этом понятии также надо видеть два аспекта:

- **готовность** товаропроизводителя удовлетворить рыночный спрос на данный товар;
- **реальную возможность** этого товаропроизводителя произвести и поставить на рынок прогнозируемый товар.

Между рыночной ценой товара и тем количеством товаров, которое производители желают предложить покупателям, существует **прямая зависимость**, характер которой выражает **закон предложения**.



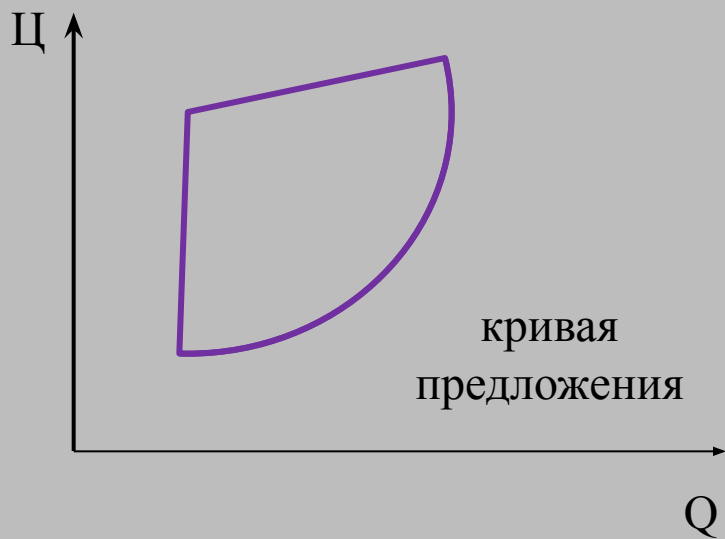
**Суть закона предложения** состоит в том, что объем предложения товара увеличивается при повышении цены и уменьшается при ее снижении.

Зависимость предложения от цены характеризует *коэффициент эластичности предложения* (К э.п.), который показывает процент изменения величины предложения при изменении цены на 1%.

Для расчета коэффициента эластичности предложения используется следующая формула:

$$K_{пэ} = \frac{Q_1 - Q_0}{Q_0} \div \frac{Ц_1 - Ц_0}{Ц_0}$$

где  $Q$  – количество предлагаемого товара при соответствующей цене;  
 $Ц$  – цены на товар



Влияние цены на предложение





Значительно большее влияние на изменение величины предложения оказывают неценовые факторы, такие как:

*доля товара на рынке.* Недостаток товара на рынке позволяет производителям и поставщикам удерживать высокие цены и получать хорошую прибыль до тех пор, пока рынок не насытится данным товаром;

*днеобходимость товара и востребованность его потребителями* обеспечивает постоянно высокий спрос на него, а, следовательно, побуждает поставщиков увеличивать объемы поставок;

*цены на материальные, трудовые, природные, информационные ресурсы.* Снижение стоимости ресурсов, используемых для производства и продвижения товаров, дает возможность увеличивать предложение;

*государственное регулирование экономических процессов в стране* (налоговая, ценовая, инвестиционная, таможенная политика).

Например, льготы по налогу на прибыль, которые имели фармацевтические предприятия, способствовали увеличению производства ЛС. Отмена льгот сокращает предложение на рынке;

*число продавцов на рынке* (конкуренция на рынке одноименных товаров).

Увеличение количества субъектов, предлагающих одинаковые товары, ведет к росту предложения. Насыщение рынка способствует снижению цен, повышению качества оказываемых услуг.

# Взаимодействие спроса и предложения

В рыночной экономике спрос и предложение стремятся к равновесию, то есть производителям и поставщикам товаров выгодно производить и поставлять на рынок такое количество товаров, которое будет востребовано покупателями.

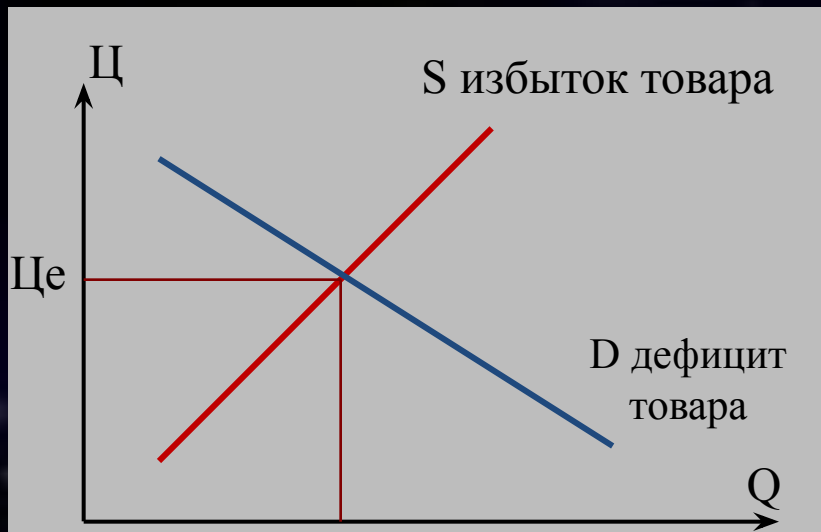


График рыночного равновесия

**В точке пересечения кривых спроса и предложения достигается рыночное равновесие на данный вид товара**

**Рыночное равновесие** — это

согласование интересов продавцов и покупателей, которое достигается с помощью цены, которая, с одной Q стороны, устраивает покупателей, с другой стороны, обеспечивает покрытие расходов и получение прибыли поставщику. Цена, которая приводит к равновесию спрос и

Зависимость спроса и предложения от цены можно представить графически. Для этого на оси ординат принято откладывать цены (Ц), на оси абсцисс — количество товара (Q). График спроса будет иметь вид нисходящей кривой, а график предложения —

Подъем цены выше цены равновесия приводит к снижению спроса, в результате чего появляется избыток товаров на рынке. В данном случае интересы продавца ставятся выше интересов покупателей.

При снижении цены ниже цены равновесия приводит к увеличению спроса на данный товар, что может привести к возникновению дефицита, так как продавцам невыгодно предлагать товары рынку из-за низкой их рентабельности. Такие явления происходят при вмешательстве государства в рыночный механизм ценообразования.

**Фармацевтическая помощь в целом и спрос на различные группы лекарственных средств характеризуются низкой эластичностью**



A scenic autumn landscape featuring a calm lake. On the left, a large tree with vibrant yellow and orange leaves leans over the water. In the background, a grassy bank is dotted with two wooden benches and a person sitting on the shore, possibly fishing. The water reflects the surrounding foliage and sky. In the foreground, two ducks are swimming in the lake.

Спасибо за внимание!

Если пятый день не хочется учиться, значит сегодня суббота.