



# Государственное регулирование и саморегулирование рынка медицинских товаров и услуг

Выполнил:  
студент группы М-02(1)-14  
специальность «Лечебное дело»  
Кириллов А. В.



# Классификация рынка

Различают рынки прямой, непосредственной продажи товара потребителю и рынки косвенной, опосредованной продажи.

В первом случае производитель или владелец товара продает его непосредственно потребителю. Во втором, более распространенном случае, между производителем и потребителем товара стоит торговый посредник, соединяющий продавца с покупателем и тем самым выполняющий отдельные функции продавца.

# Государственный рынок

В зависимости от характера воздействия государства на основных участников рыночного процесса, а также на отношения между ними различают 3 типа рынков:

- нерегулируемый государственный;
- регулируемый (частично регулируемый);
- централизованно управляемый.



# Нерегулируемый рынок

Практически отсутствует государственное вмешательство в рыночный процесс, в чистом виде существовал лишь на ранней стадии возникновения обмена. Это стихийный, саморегулируемый рынок, на котором объемы продаж и цены формируются в результате прямого торга между участниками процесса купли-продажи. В современных условиях нерегулируемый рынок можно наблюдать лишь в известном приближении в виде, так называемых толкучек, блошиных рынков, стихийно возникающих локальных рынков в свободных экономических оффшорных зонах, рынков товаров и услуг народной альтернативной медицины.



# Централизованно управляемый рынок

Является противоположностью нерегулируемого рынка, в котором и его участники, и связывающие их рыночные отношения находятся под наблюдением и контролем государства, предписывающего образ действий каждому субъекту рыночного процесса.



# Роль государства в рыночной экономике

В условиях рыночной экономики регулирующая роль государства заключается в использовании антимонопольных мер, ставящих барьеры на пути монополизации рынков. С этой целью используются антимонопольное законодательство и контроль над монополиями.

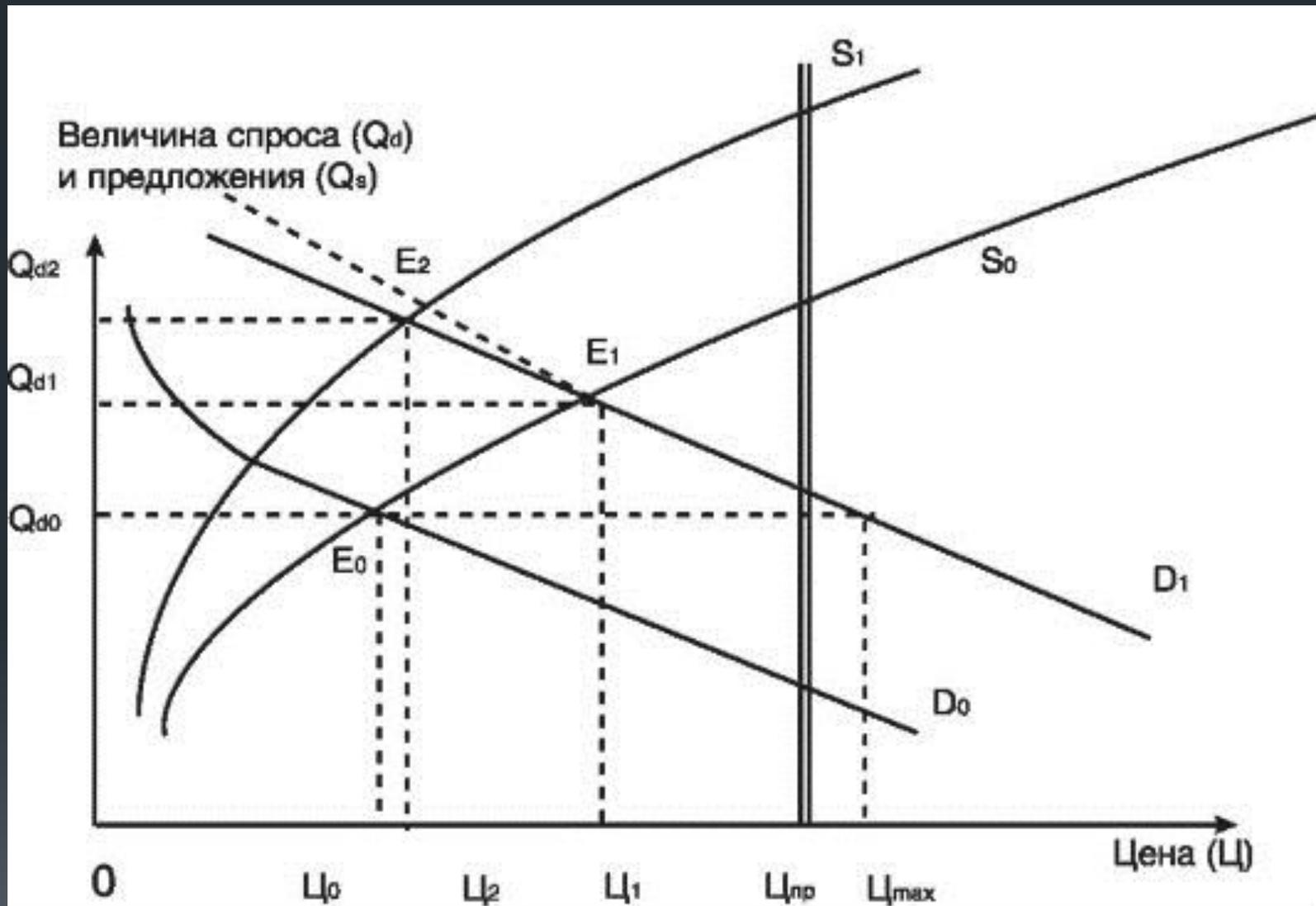


# Механизмы саморегулирования рынка

Механизмы саморегулирования рынка медицинских товаров и услуг проявляют свое действие через такие рыночные инструменты, как спрос, предложение, ценообразование.



Предположим, что в результате распространения определенного вида заболеваний увеличилась потребность в используемых для их лечения лекарственных средствах (ЛС). Рынок ЛС данной группы отреагирует на увеличение потребностей ростом спроса на лекарства, способные излечивать распространившееся заболевание. Для упрощения картины будем считать, что мы имеем дело с одним ЛС, представленным на рынке купли-продажи лекарственных препаратов. До увеличения спроса данный препарат продавался на рынке по равновесной цене ( $C$ ), соответствующей равенству величины спроса ( $D$ ) и предложения ( $S$ ) на рассматриваемый товар.





# Факторы, влияющие на медицинские товары и услуги

- 1) уровень заболеваемости;
- 2) половозрастная структура населения;
- 3) уровень доходов населения;
- 4) рекомендации врачей;
- 5) реклама;
- 6) психологическая предрасположенность, своеобразная мода, зависящие от качества предлагаемого товара, его свойств, привычек потребителей.