

**Понятие экономики  
здравоохранения.  
Формирование рыночных  
отношений в  
здравоохранении**

- ***Экономика здравоохранения*** – отраслевая экономическая наука, которая исследует действие объективных экономических законов, влияющих на удовлетворение потребностей населения в сохранении и укреплении здоровья. Организации здравоохранения в рамках законодательства осуществляют экономическую деятельность – производство и реализацию медицинских товаров и услуг, направленных на сохранение и укрепление здоровья населения, используя при этом различные финансовые, материальные, трудовые, информационные и другие ресурсы.

- ***Рынок медицинских товаров и услуг*** – это сегмент рынка, предоставляющий медицинские товары и услуги для сохранения и улучшения здоровья населения. Он дает возможность получать и оказывать медицинские услуги, гарантирует их необходимый объем и соответствующий уровень качества.
- Рынок в здравоохранении включает в себя целую систему взаимосвязанных рынков: **медицинских услуг, лекарственных препаратов, труда медицинского персонала, научных разработок, медицинских технологий, медицинского оборудования и др.**

- **Различают следующие основные понятия рынка:**

1. спрос;
2. предложение;
3. услуга;
4. цена;
5. конкуренция;
6. маркетинг

- ***Спрос (потребность)*** – это количество медицинских товаров и услуг, которое желает и может приобрести общество (отдельные пациенты) в данный период времени по определенной цене.

- Различают следующие виды спроса на рынке медицинских товаров и услуг:
- **Отрицательный спрос:** на прививки, прием к врачам отдельных специальностей, болезненные, дорогостоящие процедуры и др.
- **Скрытый спрос:** отдельные пациенты могут испытывать потребность, которую невозможно удовлетворить с помощью имеющихся на рынке медицинских товаров и услуг, например, услуги семейного врача, одноразовые изделия медицинского назначения, сервисные услуги, индивидуальное питание в стационаре и др.
- **Падающий спрос:** например, в последнее время упал спрос на шприцы, системы переливания крови многократного использования, гипотензивные препараты отечественного производства, поэтому рынок отреагировал повышенным предложением на шприцы и системы переливания крови одноразового использования, импортные лекарственные препараты.
- **Нерегулярный спрос** обусловлен сезонными временными колебаниями (например, спрос на санаторно-курортное лечение выше в весенне-летний период, чем в осенне-зимний). Обращения к отдельным врачам-специалистам зависят от сезонности некоторых заболеваний (грипп, язвенная болезнь, вирусный гепатит и др.)
- **Чрезмерный спрос:** чрезмерный спрос на urgentную медицинскую помощь в праздничные и после праздничные дни, когда больные, страдающие хроническими заболеваниями, нарушают диету, режим, злоупотребляют алкоголем; возрастает уровень травматизма

- ***Предложение*** – количество медицинских товаров и услуг, которое производители могут оказать за определенный период времени населению. Предложение, при прочих равных условиях, также меняется в зависимости от изменения цены: по мере роста цен производители (продавцы) предлагают пациентам большее количество товаров и услуг. При падении цены их заинтересованность уменьшается и, соответственно, уменьшается объем производимых ими товаров и услуг.

- *Медицинская услуга* – мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, а также медицинскую реабилитацию, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость и оказываемых работниками, имеющими высшее или среднее медицинское образование.
- По условиям и месту оказания, медицинские услуги можно разделить на оказываемые:
  - - *на дому;*
  - - *в амбулаторно-поликлинических учреждениях;*
  - - *в больничных учреждениях;*
  - - *в санаторно-курортных учреждениях;*
  - - *в других учреждениях здравоохранения.*



- Медицинская услуга может быть:
- - *простой*
- - *комплексной*.
- Под **простой** медицинской услугой понимается неделимая услуга, например, диагностическая манипуляция, осмотр врача и др. **Комплексная** услуга может быть представлена как совокупность простых услуг, отражающих сложившийся в каждом конкретном учреждении технологический процесс оказания медицинской помощи при данной болезни. Кроме того, различают стандартные и индивидуальные медицинские услуги.
- **Стандартные** медицинские услуги в основном оказываются по унифицированной технологии для подавляющего большинства пациентов и имеют относительно устойчивое ценообразование. **Индивидуальные** медицинские услуги обладают широким спектром манипуляций диагностических, лечебных процедур, большим набором лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Они имеют дифференцированные прейскуранты цен, максимально учитывающие индивидуальность затрат при их выполнении

- **Цена** – это та сумма денег, за которую «покупатель» может купить, а «продавец» готов продать этот товар или медицинскую услугу. Цены представляют собой мощный и в то же время гибкий рычаг управления экономикой.

- С учетом того, что цена органично связана с предложением и со спросом, выделяют следующие понятия:
- *цена спроса;*
- *цена предложения;*
- *цена равновесия.*

- **Цена спроса** – такая рыночная цена при таком состоянии спроса и предложения, когда складывается рынок покупателя. По этой цене «покупатель» способен купить медицинскую услугу или товар. Выше этого предела цена подняться не может, так как у пациентов не будет возможности ее приобрести.
- **Цена предложения** – рыночная цена при таком состоянии спроса и предложения, когда складывается так называемый рынок продавца. Это цена, по которой «продавец» предлагает свою услугу или товар. При этом цена предложения должна окупить затраты на производство медицинского товара и услуги.
- При равенстве спроса и предложения на рынке устанавливается так называемая **цена равновесия**. При снижении цены спрос увеличивается, так как люди хотят приобрести больше товаров или услуг, и, наоборот, при увеличении цены спрос может пойти на спад.

- **Конкуренция** – состязание между экономическими субъектами, борьба за рынки сбыта товаров и услуг с целью получения более высоких доходов, других выгод. Конкурентная борьба за экономическое выживание и процветание — закон рыночной экономики.
- На рынке товаров и услуг здравоохранения **конкурентными участниками** могут быть:
  - государственные, муниципальные учреждения здравоохранения — по реализации государственного (муниципального) задания на конкурсной основе;
  - организации, производящие аналогичные товары и услуги для нужд здравоохранения;
  - частнопрактикующие врачи и фармацевтические работники, предоставляющие аналогичные медицинские товары или услуги медицинского назначения.

- **Конкурентные преимущества** – уникальные, особенные черты медицинских организаций, которые отличают их от других. Можно выделить следующие конкурентные преимущества:
  - высокая репутация организации здравоохранения;
  - высокое качество оказываемых медицинских товаров и услуг;
  - ориентация на пациента, его запросы и пожелания;
  - достаточная материально-техническая база, высококвалифицированный персонал, современное оборудование, устойчивое финансовое обеспечение;
  - уникальность предлагаемых медицинских товаров и услуг;
  - приемлемые для пациентов цены, не превышающие или ниже цен на аналогичные медицинские товары и услуги других участников рынка