АО «Южно-Казахстанская Государственная фармацевтическая академия»
Кафедра: Организации и управления фармацевтического дела

СРС
НА ТЕМУ:
ЗАКОН ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ.

Подготовила: Касымова Д.

Группа: 406 ФР

План:

Введение

1. Фармацевтический рынок
2. Предложение на фармацевтическом рынке.
3. Закон предложения. Эластичность предложения
4. Ценовые и неценовые детерминанты
5. Ситуационные задачи

Заключение

Список использованной литературы

Введение

Фармацевтическая экономика - это совокупность институтов, предприятий и организаций, занятых производством, распределением и обменом ЛС, ИМН, услуг, необходимых для поддержания индивидуального и общественного здоровья. Областью исследования фармацевтической экономики являются проблемы эффективного управления и использования ограниченных ресурсов ЛС и других товаров аптечного ассортимент с целью достижения максимального удовлетворения потребностей населения и институциональных потребителей.

- Рынок выступает результатом возникновения и развития товарного производства и обмена.
- **Рынок** – это система отношений между экономическими субъектами по поводу купли-продажи (обмена) товаров, услуг.
- **Фармацевтический рынок** – это совокупность экономических отношений, возникающих между людьми по поводу купли-продажи и назначения-потребления ЛС и других товаров аптечного ассортимента.

Основные экономические законы фармацевтического рынка:

- закон спроса;
- закон предложения;
- закон стоимости.

Действие объективных экономических законов в условиях фармацевтического рынка ограничивают факторы, связанные с особенностями фармацевтической деятельности, особенностями взаимоотношений в цепочке продавец-покупатель, особенностями лекарственных средств и других товаров аптечного ассортимента как товаров.

Значительная часть ЛС относится к перечню жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств, т.е. является продукцией стратегического назначения, определяющей здоровье нации. В связи с этим государством введен ряд ограничений и льгот при ценообразовании и налогообложении.

- Кроме того, фармацевтическая сфера характеризуется повышенными затратами на вхождение в отрасль (лицензирование, специальная подготовка персонала) и соблюдение условий осуществления фармацевтической деятельности. Затраты труда фармацевтических работников при оказании фармацевтической помощи не поддаются точной количественной оценке.

Спрос, предложение и цена – основные инструменты фармацевтического рынка.

Спрос (англ. *demand*) – потребность покупателей в том или ином товаре, выраженная в деньгах, т.е. платежеспособная потребность.

индивидуальный спрос – это платежеспособная потребность отдельного покупателя в том или ином товаре;

рыночный спрос – это суммарный спрос индивидуальных покупателей;

совокупный, или агрегированный спрос – это спрос, который формируется на национальном уровне и представляет собой реальный объем товаров и услуг, который готовы купить при определенном уровне цен все экономические субъекты.

Цена – это денежное выражение стоимости (ценности) товара или услуги.

Эластичность – это способность одной переменной реагировать на изменение другой.

Коэффициент эластичности – это отношение темпа прироста результативного признака к темпу прироста формирующего его фактора.

- **Предложение** (англ. *supply*) – это желание и способность продавцов (производителей) предоставить товар для реализации на рынке по определенной цене.
- Различают индивидуальное, рыночное и совокупное предложение.

- **Предложение на фармацевтическом рынке** – это количество ЛС, других товаров аптечного ассортимента, фармацевтических услуг, которые могут быть предложены потребителям за определенный период времени по определенной цене.
- Как и спрос, предложение можно измерить количественно.

- **Величина предложения (Qs)** – это количество предлагаемого на рынке товара при данном уровне цен.
- **Основные ценовые детерминанты предложения:**

1. фактор времени;
2. особенности технологических и производственных циклов.

- **Основные неценовые детерминанты предложения:**

1. цены на ресурсы;
2. уровень технологии;
3. цены на взаимозаменяемые и взаимодополняющие товары;
4. деятельность государства в сфере экономики;
5. количество продавцов на рынке.

- **Цена** – это денежное выражение стоимости (ценности) товара или услуги.
- **Эластичность** – это способность одной переменной реагировать на изменение другой.
- **Коэффициент эластичности** – это отношение темпа прироста результативного признака к темпу прироста формирующего его фактора.

Закон предложения. Эластичность предложения

Закон предложения описывает взаимодействие между ценой и величиной предложения: при прочих равных условиях между ценой и величиной предложения существует прямая зависимость, т.е. с повышением цен возрастает величина предложения, и наоборот.

Зависимость предложения от цены характеризуется коэффициентом эластичность предложения.

$$Es = \frac{Q1 - Q0}{Q0} ; \frac{P1 - P0}{P0}$$

- Es – показывает на сколько % изменяется величина предложения, при изменении цены на 1% .Эта величина всегда положительная.
- в случае когда увеличение предложения превосходит рост цены Es характеризуется как эластичность. Es>1,
- Если прирост предложения равен приросту цены, предложения называют единичным Es=1
- Если прирост предложения меньше приросту цены, формируется неэластичное предложение Es<1

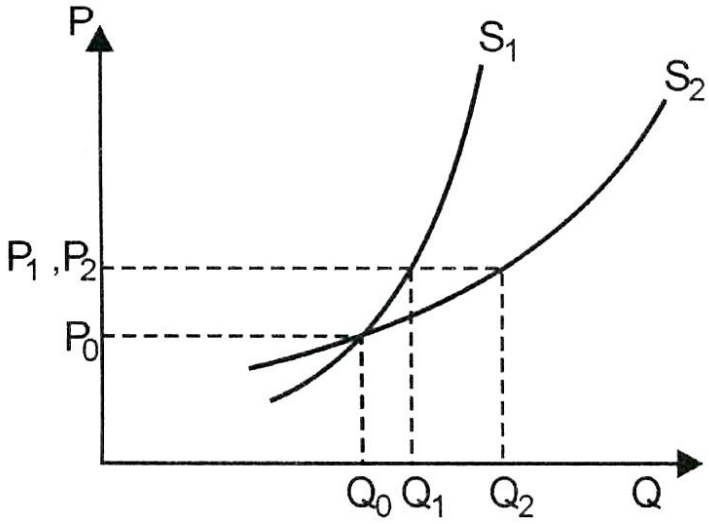

Рис. 14. Влияние ценовой детерминанты на кривую предложения.

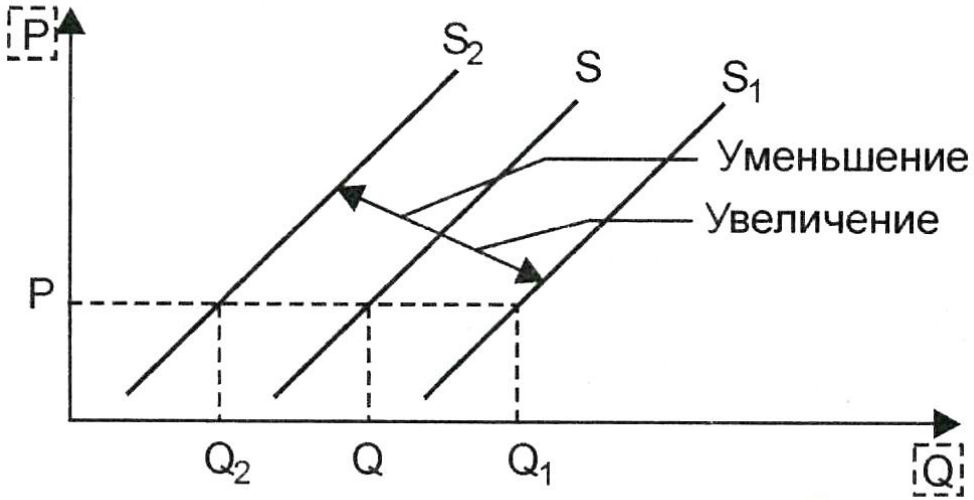

Рис. 15. Влияние неценовой детерминанты на кривую предложения.

Аналогично детерминантам спроса различие во влиянии ценовых и неценовых детерминант на величину предложения можно проследить по графикам кривых предложения. Ценовые детерминанты влияют на степень эластичности предло жения, т.е. они определяют угол наклона ее кривой (рис. 14). Чем больше угол наклона кривой, тем более эластично предложение на товар (предложение товара S_2 более эластично, чем предложение S_1). Неценовые детерминанты не влияют на степень эластичности, а только сдвигают кривую предложения вправо или влево (рис. 15)

К первостепенным ***ценовым детерминантам*** предложения относятся:

- *фактор времени*. Обычно при оценке эластичности предложения рассматривается 3 временных периода: краткосрочный (при котором предложение неэластично), среднесрочный (период достаточен для расширения или сокращения производства), долгосрочный (фирма полностью осуществляет расширение или сокращение производства и эластичность производства будет выше, чем в двух других случаях);
- *особенности технологических и производственных циклов*. Предложение более эластично при возможности быстро реагировать на изменение технологий, предпочтения по требителей, изменение цен и др.

Гораздо большее влияние на изменение величины предложения оказывают ***неценовые детерминанты***:

- *цены на ресурсы* (материальные, трудовые, информационные, природные и др.). Снижение затрат на ресурсы, потребляемые в результате хозяйственно-финансовой деятельности, дает возможность увеличить предложение;
- *уровень технологии* (т.е. способ производства и реализации товара). Как правило, технологический процесс приводит к снижению затрат и последующему увеличению объема предложения. Например, переход розничной торговли к продаже путем частичного самообслуживания привел к увеличению предложения в единицу времени;

- • *цены на взаимозаменяемые и взаимодополняющие товары*. Например, снижение цены на сырье, как составляющей готовой продукции, дает возможность увеличить предложение;
- • *деятельность государства* в сфере экономики (ценовая, налоговая, таможенная, инвестиционная и другие политики). Например, льготы по налогу на прибыль, которые были у производителей фармацевтической продукции, привели к увеличению количества предлагаемой продукции. Напротив, отмена льгот сокращает предложение на рынке;
- • *количество продавцов на рынке*. Увеличение количества субъектов, предлагающих одинаковые продукты, ведет к росту предложения.

Список использованной литературы:

1. Управление и экономика фармации. В 4 т. Т. 3. Экономика аптечных организаций : учеб. для студ. высш. учеб. заведений / [В. В. Дорофеева и др.] ; под ред. Е. Е. Лоскутовой. – М. : Академия, 2008. – 432 с.
2. Управление и экономика фармации : учебник / под ред. В. Л. Багировой. – М. : Медицина, 2008. – 720 с.
3. Артюхов, И. П. Экономика аптечного предприятия : учебное пособие для студентов 4 курса очной и 5 курса заочной форм обучения по специальности 060108 – Фармация / И. П. Артюхов, В. В. Богданов, Л. А. Лунева. – Красноярск : тип. КрасГМУ, 2011. – 157 с.
4. Артюхов, И. П. Курс экономической теории / И. П. Артюхов, Н. И. Денисова, Т. Д. Морозова. – Красноярск : КрасГМУ, 2008. – 107 с.
5. Управление и экономика фармации : сборник ситуационных задач с эталонами ответов для студ. 4, 5 и 6 курсов, обучающихся по спец. 060108 – Фармация / сост. К. Г. Ноздрачев [и др.]. – Красноярск : КрасГМУ, 2011. – 80 с.
6. Управление и экономика фармации : сборник тестовых заданий с эталонами ответов для студентов 4 и 5 курсов очной и 5 и 6 курсов заочной форм обучения по спец. 060108 65 – Фармация / Красноярский медицинский университет ; сост. К. Г. Ноздрачев [и др.]. – Красноярск : КрасГМУ, 2011. – 128 с.