* *Рынок медицинских услуг - это совокупность медицинских технологий, изделий медицинской техники, методов организации медицинской деятельности, фармакологических средств, врачебного воздействия и профилактики.*
* В здравоохранении рынок представлен учреждениями государственного здравоохранения. **Кроме того, существуют**: рынок пациентов; рынок идей; рынок фармакологической продукции; рынок медицинской техники; рынок предметов и услуг в области санитарии и гигиены; рынок услуг в области физической культуры; рынок системы медицинского образования; рынок медицинских услуг и нетрадиционных способов лечения и оздоровления; рынок медицинского страхования и др.
* Каждый из видов рынка подразделяется на сегменты и виды услуг, которые реализуют менеджеры и продавцы.

Основными функциями рынка медицинских услуг и товаров медицинского назначения являются:

•  **воспроизводственная,**обеспечивающая непрерывность процесса производства и воссоздания, расширения всего многообразия медицинских услуг, лекарственных средств

•  **регулирующая,**обеспечивающая сохранение управляемости в медикопроизводственном комплексе (МПК) при возникновении в нем негосударственного, частного сектора.

|  |
| --- |
|  |

•  **ценообразующая,**заключающаяся в том, что, объединяя и сопоставляя спрос и предложение товаров и услуг, рынок уравновешивает их и одновременно формирует рыночную цену как результат торга между продавцами и покупателями.

•  **стимулирующая,**выполняющая роль эффективного инструмента снижения удельных производственных затрат, содействующая экономии общественного труда и повышению продуктивной занятости работников МПК

•  **санирующая,** Вынуждая предпринимателей совершенствовать технологию производства, снижать издержки, заниматься информационно-рекламной деятельностью, экономно расходовать материальные, финансовые, трудовые и временные ресурсы, заниматься санитарно-просветительской работой.

|  |
| --- |
|  |

•  **конкурентная,**выражающаяся в профессиональном и социальноэкономическом рыночном соперничестве организаций МПК за достижение высоких результатов в диагностике, лечении и реабилитации больных, в сервисном обслуживании пациентов.

**Различают следующие основные понятия рынка**: спрос; пред­ложение; услуга; цена; конкуренция; маркетинг. Применительно к здравоохранению***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 многоразового 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 СКЛ 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:***на ургентную медицинскую помощь в празд­ничные и послепраздничные дни, когда больные, страдающие хро­ническими заболеваниями, нарушают диету, режим, злоупотребля­ют алкоголем; возрастает уровень травматизма.

Применительно к здравоохранению ***предложение***— это 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 медицинских товаров и услуг.

* ***Медицинская услуга —***структурный элемент профилактической, лечебно-диагностической, реабилитационной, санаторно-курортной, санитарно-эпидемиологической, лекарственной, протезно-ортопеди­ческой и других видов помощи, имеющий определенную стоимость.