

3) так как уровень цены на изделия оказывает наиболее сильное воздействие на отношение потребителей к торговой марке, целесообразно усовершенствовать ценовую политику: регулярно проводить дни скидок, разрабатывать программу лояльности для постоянных клиентов.

**Я.А. Дыба, Д.А. Приемко**  
*БГЭУ (Минск)*

**Научный руководитель И.М. Микулич**  
*(канд. экон. наук, доцент)*

## **ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА ТОВАРНЫХ РЫНКАХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

Одним из наиболее важных аспектов для правильного выбора и проведения государством антимонопольной и конкурентной политики является оценка и анализ состояния конкуренции на товарных рынках. Актуальным и дискуссионным является рынок лекарственных средств, особенностям которого будет уделено внимание.

Лекарственное средство — вещество или комбинация нескольких веществ природного, синтетического или биотехнологического происхождения, обладающие фармакологической активностью и в определенной лекарственной форме применяемые для медицинской профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации пациентов, предотвращения беременности путем внутреннего или внешнего применения [1].

Специфика фармацевтической отрасли заключается в следующем: спрос на лекарственные средства неэластичен и может не реагировать на изменение цены; спрос в оптовом и розничном звене остается неизменным; выбор делает врач, а не пациент-потребитель, на которого ложатся расходы; важное значение НИОКР и патентов; потребность товара не зависит от величины дохода и географического местоположения потребителя [2].

Деятельность по производству, оптовой и розничной торговле лекарствами лицензируется. Законодательством установлен закрытый перечень хозяйствующих субъектов, имеющих право осуществлять производство, оптовую и розничную реализацию лекарственных средств. На товарном рынке лекарственных средств изучается состояние конкуренции на следующих стадиях оборота лекарственных средств: производство лекарственных средств, оптовая торговля лекарственными средствами, розничная торговля лекарственными средствами. Стоит обратить внимание, что в мировой практике товарный рынок услуг розничной торговли лекарственными средствами в самостоятельный товарный рынок выделяется редко и чаще всего рассматривается в рамках товарного рынка услуг розничной торговли лекарственными средствами,

изделиями медицинского назначения и сопутствующими товарами. Немаловажным является различие оригинальных лекарственных средств и дженериков, которые выходят на рынок после окончания срока действия патентной защиты. В особую группу выделяются биофармацевтические лекарственные средства и их биоаналоги, отношение к которым пока неоднозначное со стороны специалистов различных сфер, как медицинской и фармацевтической, так и антимонопольной. Необходимо также четко разграничивать понятия дженериков и биоаналогов, которые не являются идентичными. Проведение анализа и оценки состояния конкуренции на товарных рынках фармацевтической отрасли с учетом особенностей, характерных для всех лекарственных средств, рассмотренных выше, все же требует индивидуального подхода, в первую очередь, исходя из цели проведения анализа.

#### **Список использованных источников**

1. О лекарственных средствах [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 20 июля 2006 г., № 161-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016. — Дата доступа: 10.02.2018.

2. Материалы семинара по правилам конкуренции в фармацевтическом секторе. — Будапешт, 2017.

3. Методические рекомендации о проведении анализа и состоянии конкуренции на товарных рынках Республики Беларусь : утв. приказом М-ва антимонопольного регулирования и торговли Респ. Беларусь от 13.02.2017 г. № 19. — Минск : Дикта, 2017. — 26 с.

**Д.А. Ермакова, Н.В. Сокол**  
БГЭУ (Минск)

**Научный руководитель А.В. Владыко**  
(канд. экон. наук, доцент)

## **СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА: ПРОТИВОРЕЧИЯ И ПРЕИМУЩЕСТВА ПРИМЕНЕНИЯ**

В практике работы отечественных предприятий проблема адекватной и точной оценки труда отдельного сотрудника до сих пор остается нерешенной. Необходимо использовать опыт других стран и внедрять современные методы оценки эффективности труда. В практике работы зарубежных фирм наибольшее распространение получили такие методы оценки, как графическая шкала оценки; метод альтернативного ранжирования; метод попарного сравнения; метод принудительного распределения; метод критических случаев; рейтинговые шкалы, привязанные к качеству работника; метод управления по целям [1]. Графическая шкала оценки является наиболее простым и популярным мето-