



РЫНОК КАК ОБЪЕКТ МАРКЕТИНГА. ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК, ЕГО ОСОБЕННОСТИ

кафедра управления и экономики фармации,
медицинского и фармацевтического правоведения

План лекции

1

Сущность рынка и его роль в экономике. Структура рынка и основные условия существования рынка.

2

Роль инфраструктуры в рыночной экономике. Понятия «конъюнктура» и «емкость рынка»

3

Классификация товарных рынков. Характеристика товарных рынков. Состояние, структура и организация фармацевтического рынка.

4

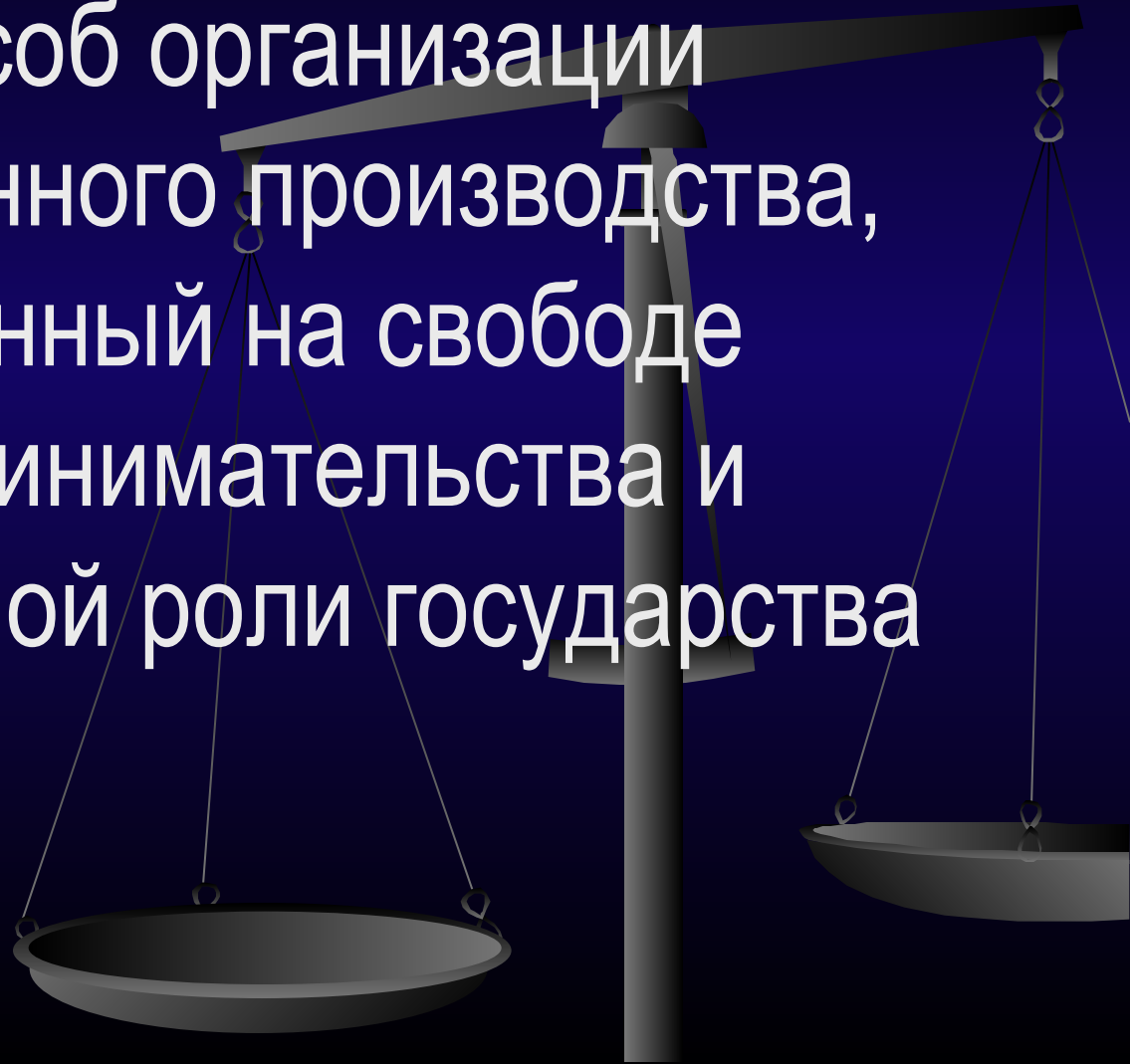
Понятие конкуренции. Основные типы конкуренции

5

Сегментация рынка. Сегментация фармацевтического рынка. Характеристика критериев сегментации

Рынок

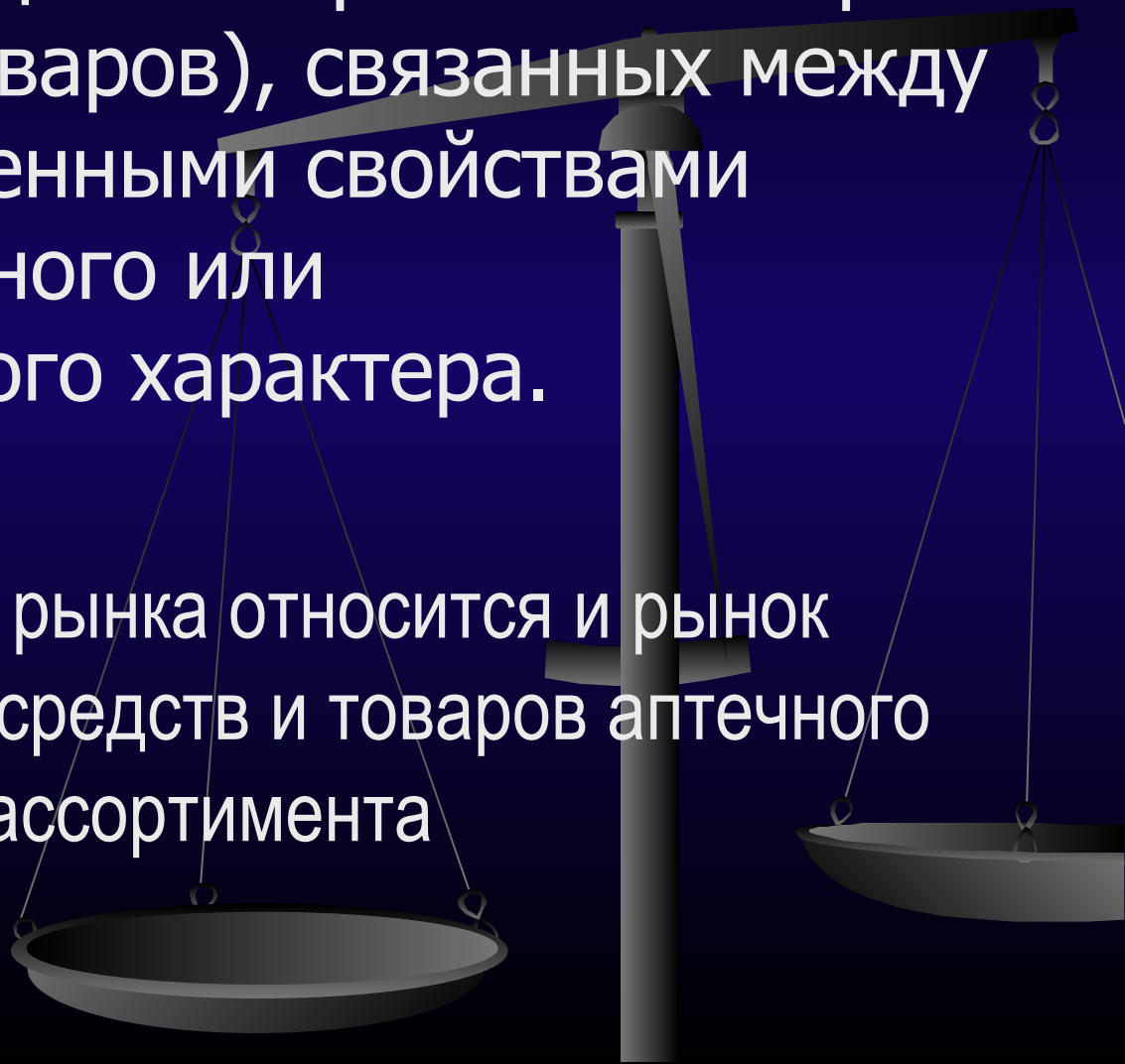
это способ организации
общественного производства,
основанный на свободе
предпринимательства и
ограниченной роли государства



Товарный рынок

- сфера реализации конкретного товара (или группы товаров), связанных между собой определенными свойствами производственного или потребительского характера.

К такому виду рынка относится и рынок лекарственных средств и товаров аптечного ассортимента



товарный рынок

представляет собой систему экономических связей, во-первых, между производителями и потребителям данного товара, и, во-вторых, внутри групп производителей и потребителей.

Основной формой связей первого типа является - купля-продажа, второго - конкуренция

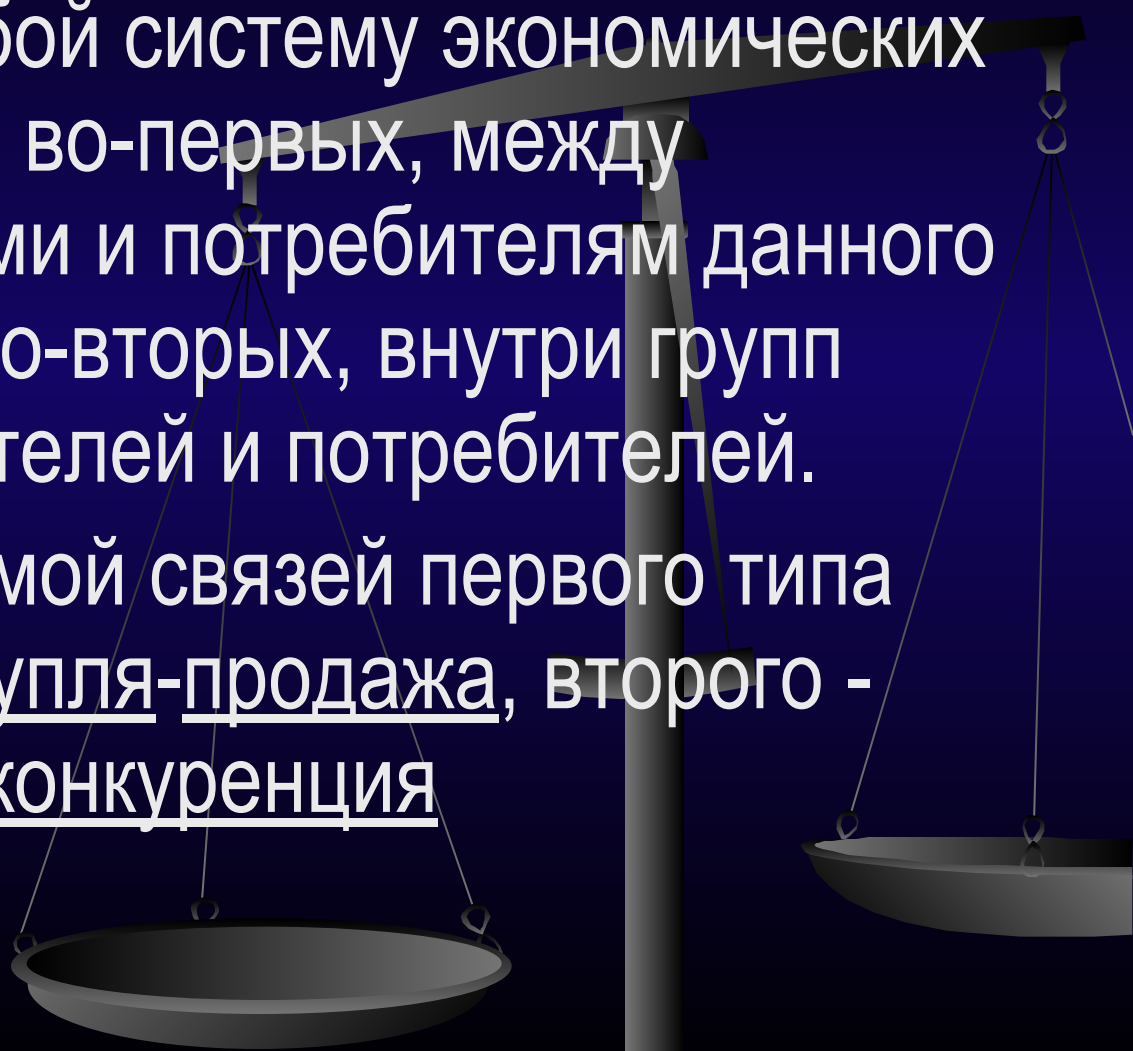
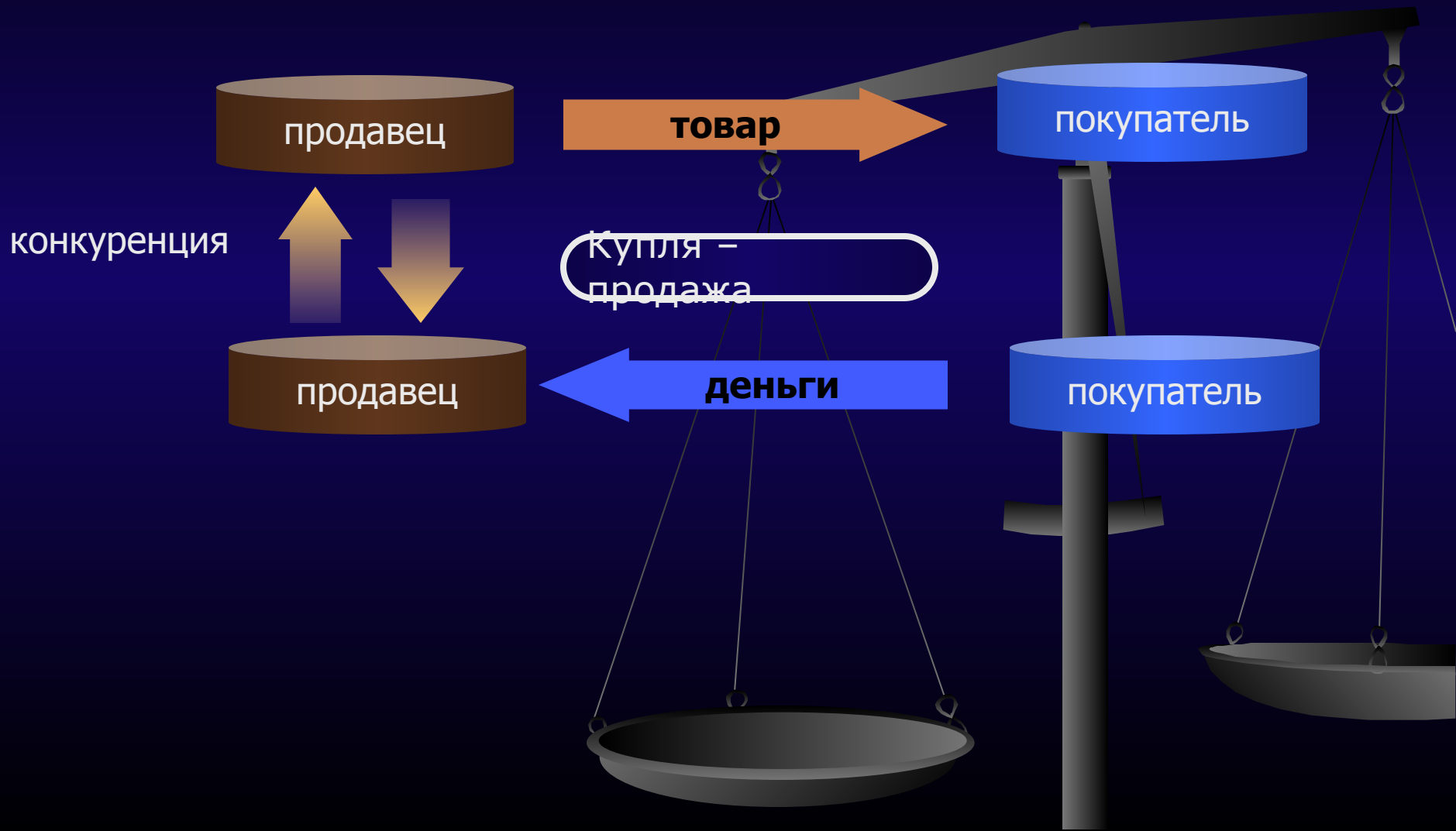


Схема структуры рынка



Инфраструктура

(лат. infra -под)

подструктура - комплекс отраслей хозяйства, обеспечивающих общие условия производства и реализации товарной продукции

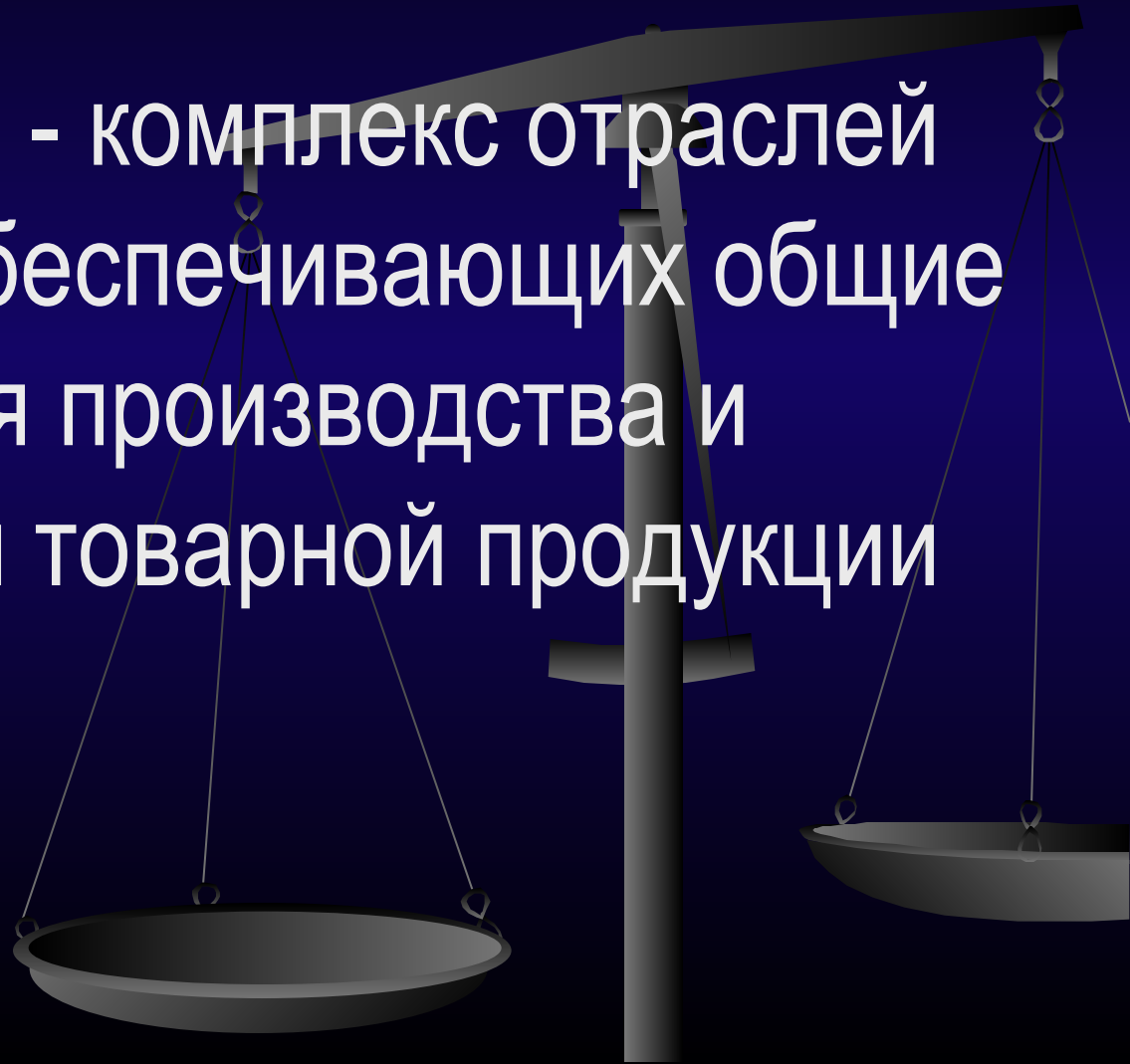


Схема инфраструктура рынка



условия существования рынка

Наличие обмена, конечная цель которого – получение товаров и услуг;

Наличие поставщиков и потребителей (продавцов и покупателей);

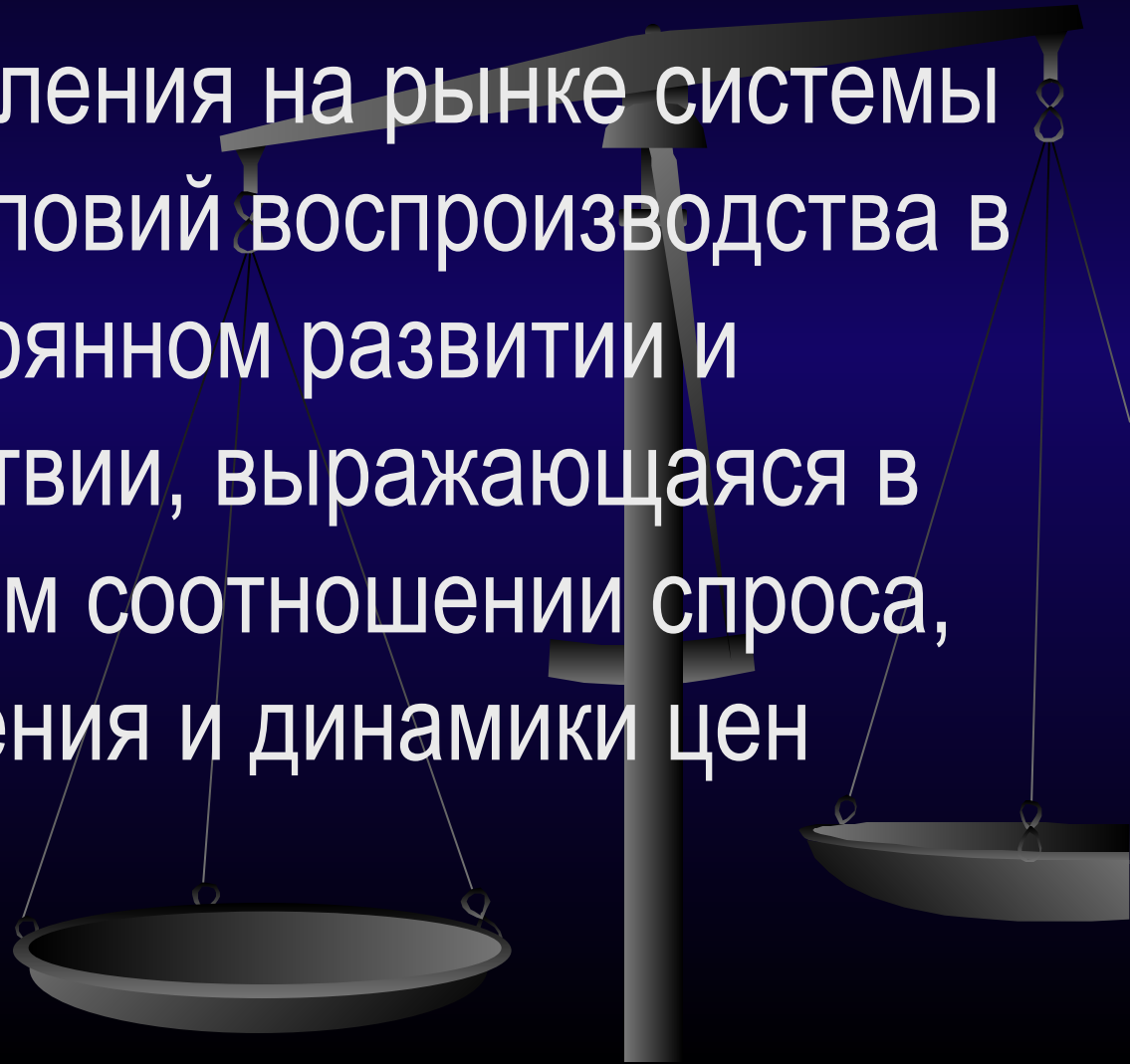
Функционирование внешнеэкономических учреждений (например, организации образования, банки);

Наличие конкурентов;

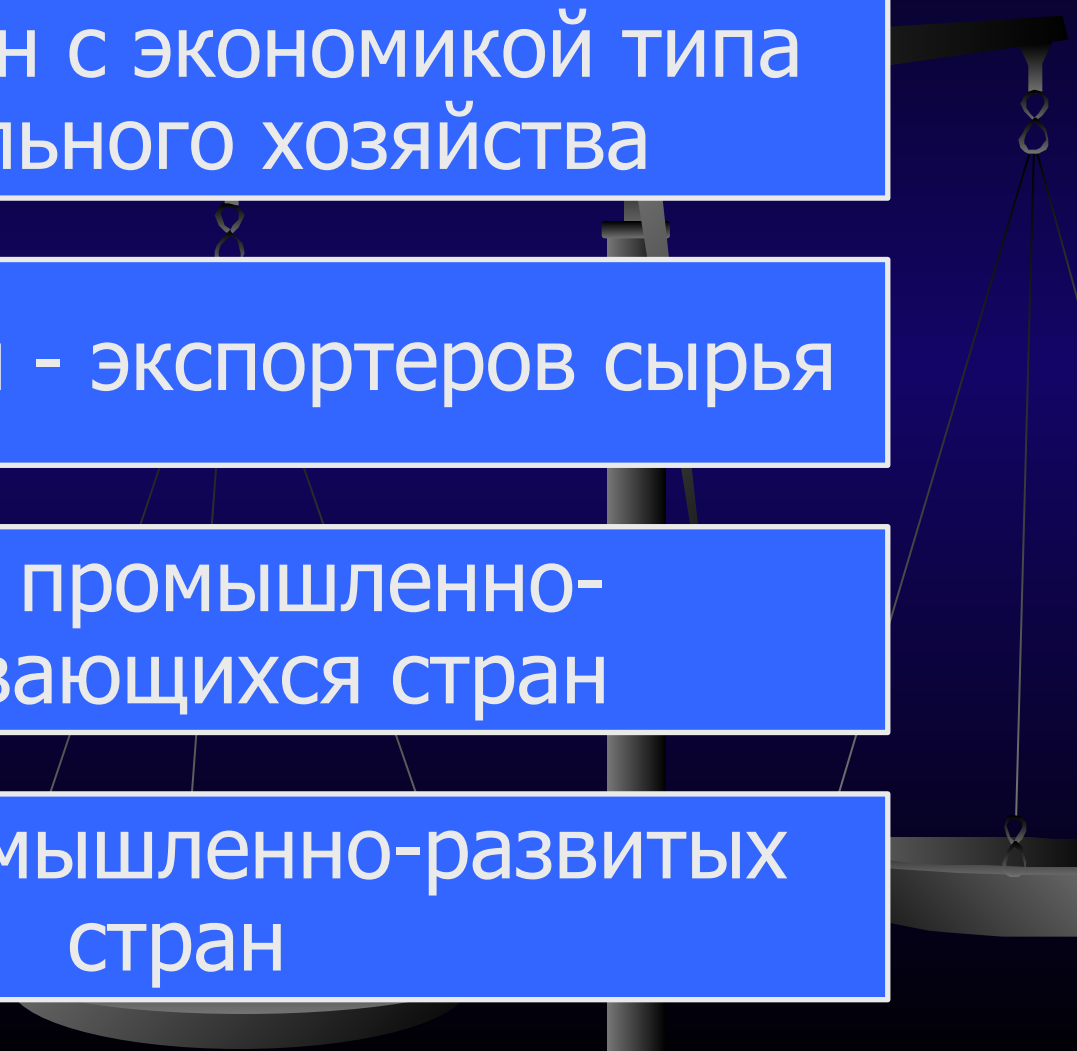
Существование спроса, насыщенность рынка товарами и услугами

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КОНЪЮНКТУРА

это форма правления на рынке системы факторов и условий воспроизводства в их постоянном развитии и взаимодействии, выражающаяся в определенном соотношении спроса, предложения и динамики цен



Классификация в зависимости от структуры хозяйства рынка



Рынки стран с экономикой типа натурального хозяйства

Рынки стран - экспортеров сырья

Рынки промышленно-развивающихся стран

Рынки промышленно-развитых стран

По характеру конечного использования товаров делятся

Рынок товаров
производственного назначения

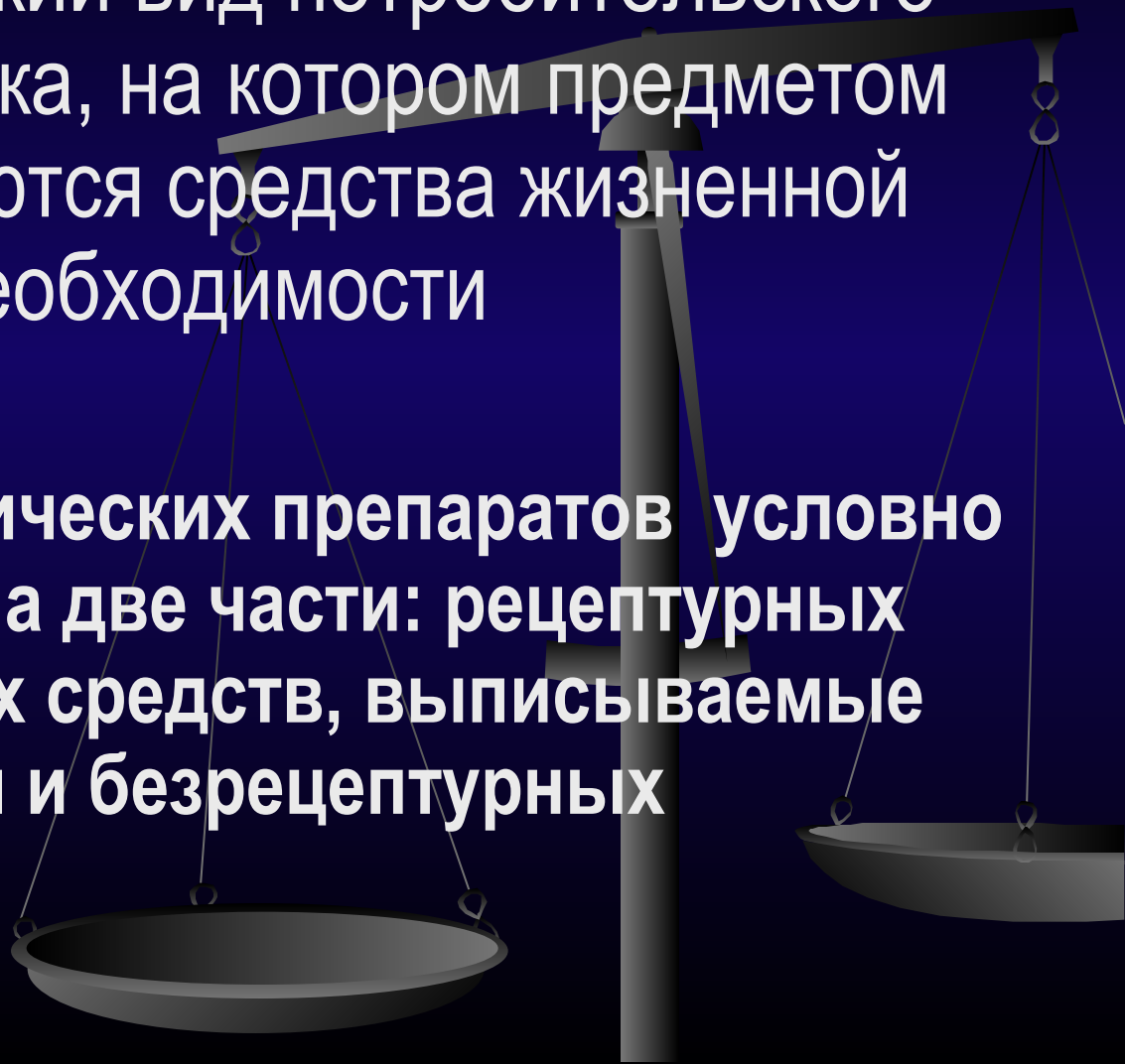
Рынок товаров потребительского
назначения

Рынок услуг

Рынок лекарств

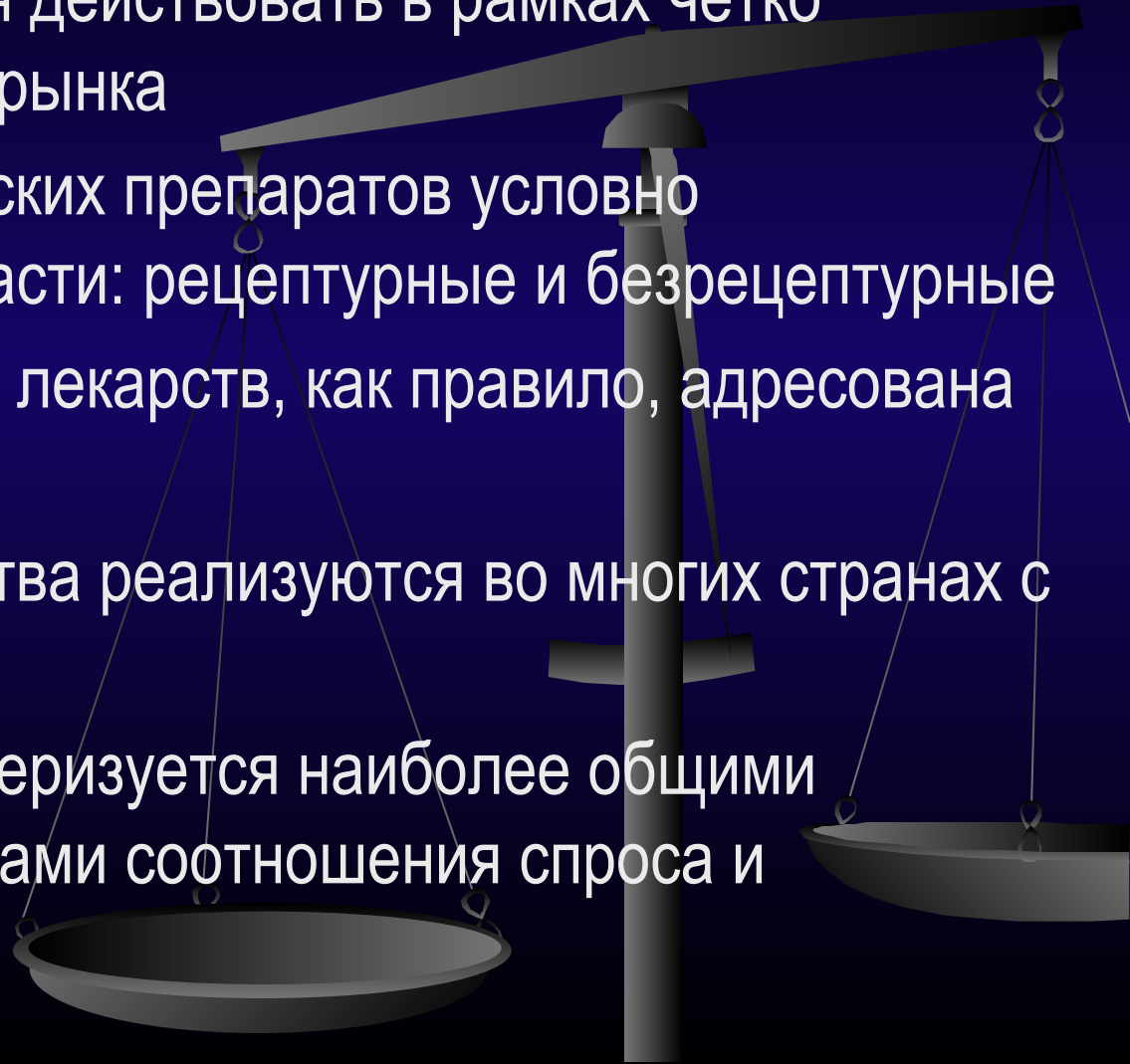
это специфический вид потребительского товарного рынка, на котором предметом обмена являются средства жизненной необходимости

Рынок фармацевтических препаратов условно разделяется на две части: рецептурных лекарственных средств, выписываемые врачом и безрецептурных



Особенности фармацевтического рынка

- высокая степень гетерогенности
- корпорации стремятся действовать в рамках четко очерченных участков рынка
- рынок фармацевтических препаратов условно разделяется на две части: рецептурные и безрецептурные
- реклама рецептурных лекарств, как правило, адресована не больным
- лекарственные средства реализуются во многих странах с ограничениями
- рынок в целом характеризуется наиболее общими объемными параметрами соотношения спроса и предложения



Конкуренция

соперничество между
товаропроизводителями за лучшие,
экономически более выгодные
условия производства и сбыта
товаров



конкурентные структуры

МОНОПОЛИЯ

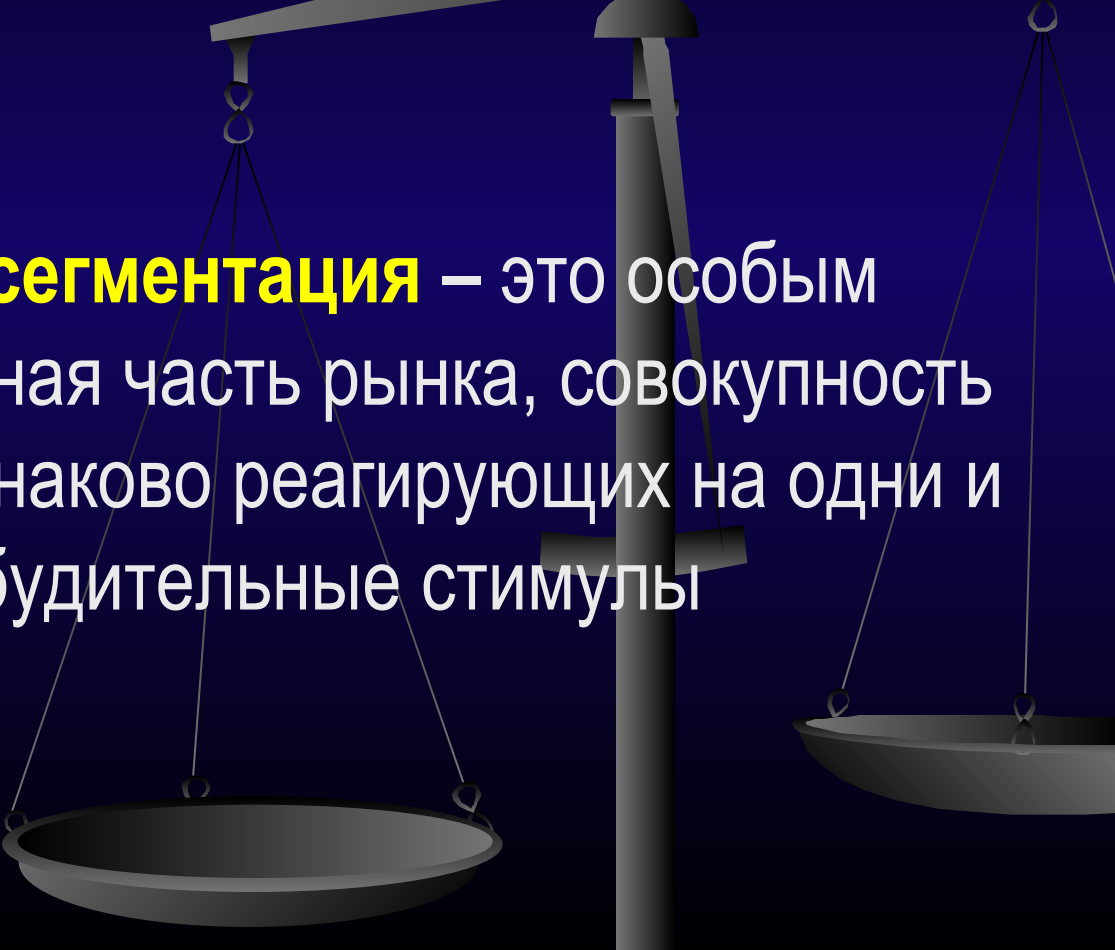
ОЛИГОПОЛИЯ

ЧИСТАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ
КОНКУРЕНЦИЯ

Сегментации реализует основной принцип маркетинга – ориентацию на потребителя.

Таким образом, **сегментация** – это особым образом выделенная часть рынка, совокупность потребителей одинаково реагирующих на одни и те же побудительные стимулы

A pair of scales of justice is depicted against a dark blue background. The scales are positioned in the lower half of the frame, with the central pillar and the two pans hanging from a horizontal beam. The left pan is slightly higher than the right pan, suggesting a balance or equilibrium. The scales are rendered in a dark, metallic color with some highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance.

Последовательность формирования сегментов рынка



Критерии сегментации потребительских рынков

