

ЗАПОРОЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ МЕДИЦИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ ФАРМАЦИИ,
МЕДИЦИНСКОГО И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРАВОВЕДЕНИЯ

РЫНОЧНЫЙ СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ЛЕКАРСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА



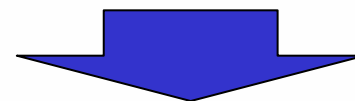
План

1. Характеристика понятий: потребность, спрос, предложение. Значение этих элементов рыночной экономики в теории маркетинга.
2. Закон спроса, закон предложения, рыночное равновесие. Основные тенденции развития спроса и предложения.
3. Эластичность спроса и предложения
4. Виды спроса. Задачи маркетинга при различных видах спроса
5. Изучение спроса и предложения на лекарственные препараты
6. Особенности формирования спроса на лекарственные средства в процессе маркетинговой деятельности.

Характеристика понятий: потребность, спрос, предложение



ПОТРЕБНОСТЬ



это нужда в чем-либо,
объективно необходимым для
жизнедеятельности и развития
личности, социальной группы,
общества в целом

Характеристика понятий:



Спрос
(англ. *demand*)



это общественная или личная потребность в материальных благах и услугах, в средствах производства и предметах потребления, обеспеченная денежными средствами



Спрос – это потребность потребителя, подкрепленная его покупательской способностью или платежеспособная потребность

Характеристика понятий:



Предложение (англ. *supply*)

это способность и желание продавцов предложить определенное количество товара по данной цене в определенный период времени

Величина предложения – количество товаров, которое продавцы хотят и могут продать по данной цене

Функция предложения заключается в том, чтобы связать производство с потреблением, продажу товаров с их покупкой

Механизм функционирования рынка основан на взаимодействии его основных элементов

Спрос,
предъявляемый
потребителями

Предложение со
стороны производителей



ЦЕНА

**Равновесная
цена**

**Равновесный объем
продаж**

Закон спроса

*При прочих равных условиях
между ценой на товар
и величиной спроса существует
обратная зависимость*

Когда цены растут, спрос падает.

Закон предложения

*При прочих равных условиях **между ценой на товар и величиной предложения** существует **прямая зависимость**, т.е. увеличение цены приводит к повышению предложения, и наоборот*

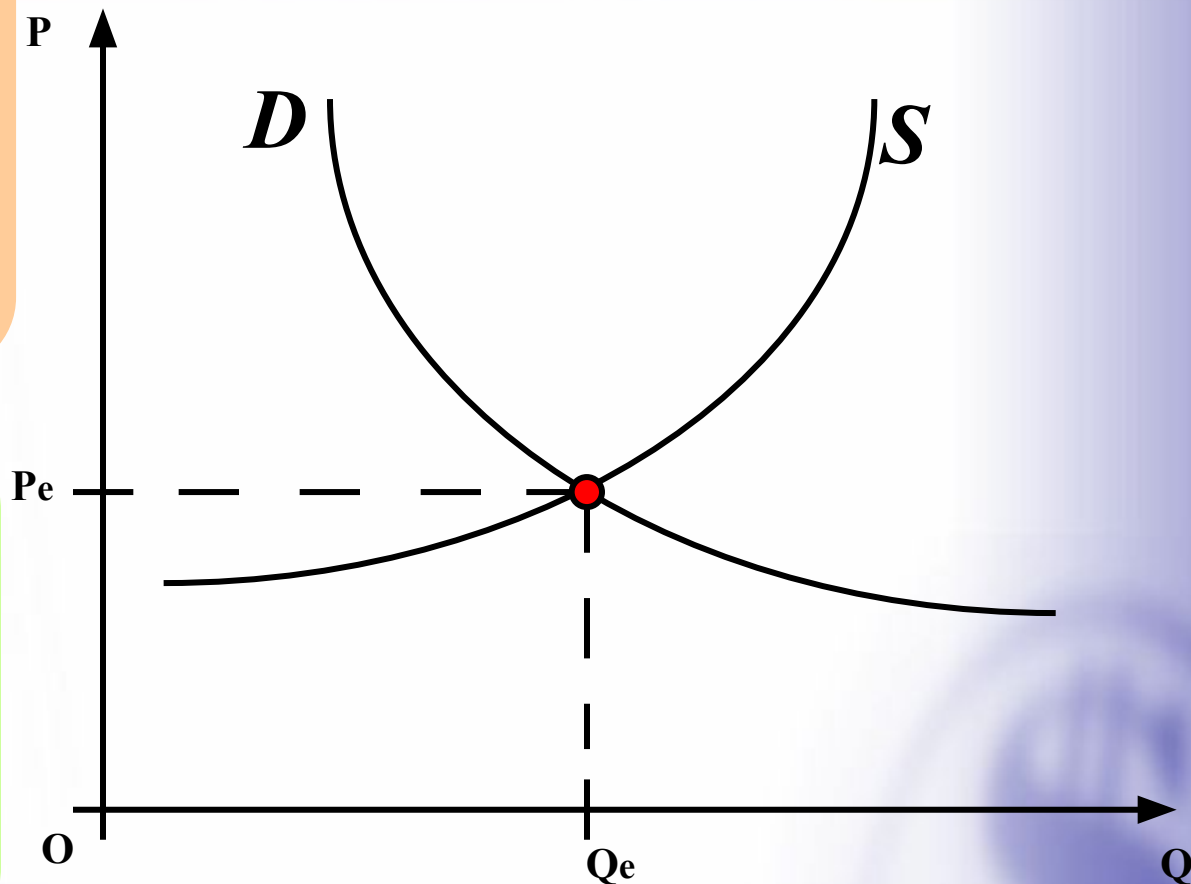
**Когда растет цена,
предложение тоже растет.**

Равновесие на рынке

$$Q_d = Q_s$$

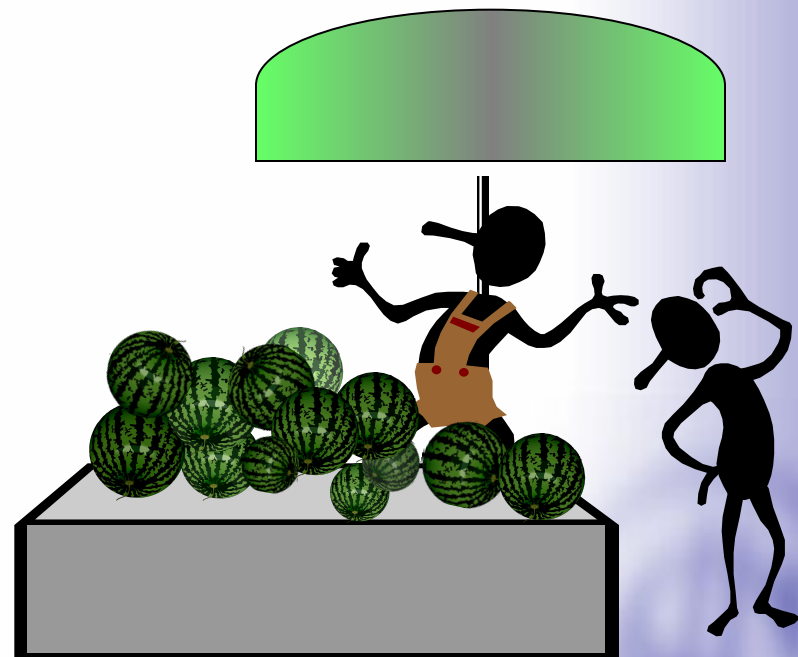
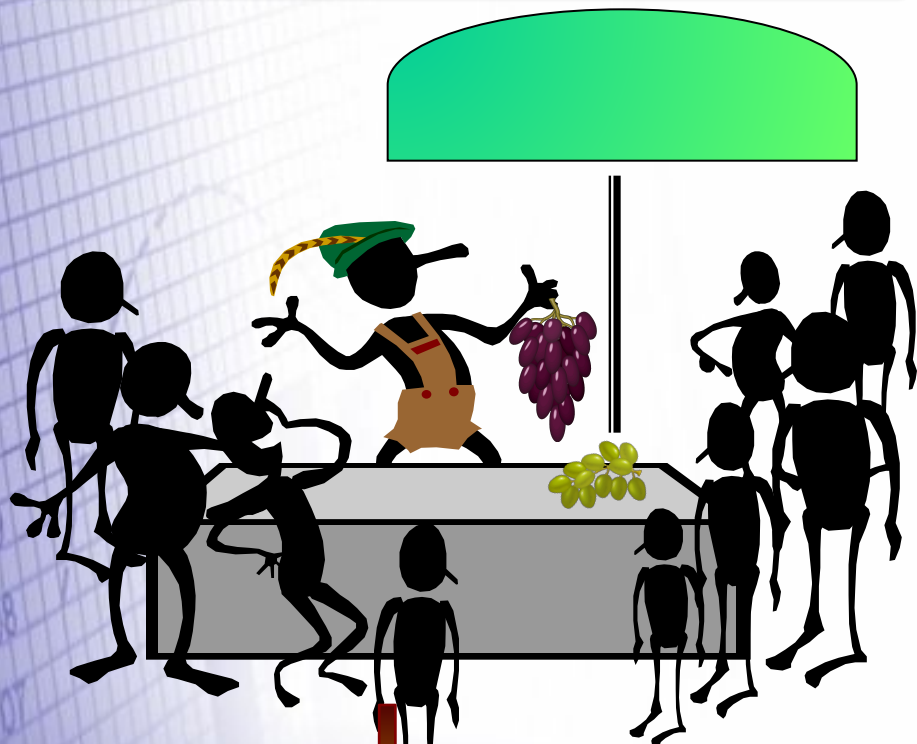
Равновесная цена
(P_e) - цена, при которой объем спроса равен объему предложения

Равновесное количество товаров
(Q_e) - количество товара, при котором объем спроса равен объему предложения



Ситуация на рынке, при которой объем спроса превышает объем предложения называется -

Ситуация на рынке, при которой объем предложения превышает объем спроса называется -



дефицит избыток
товаров

ЭЛАСТИЧНОСТЬ

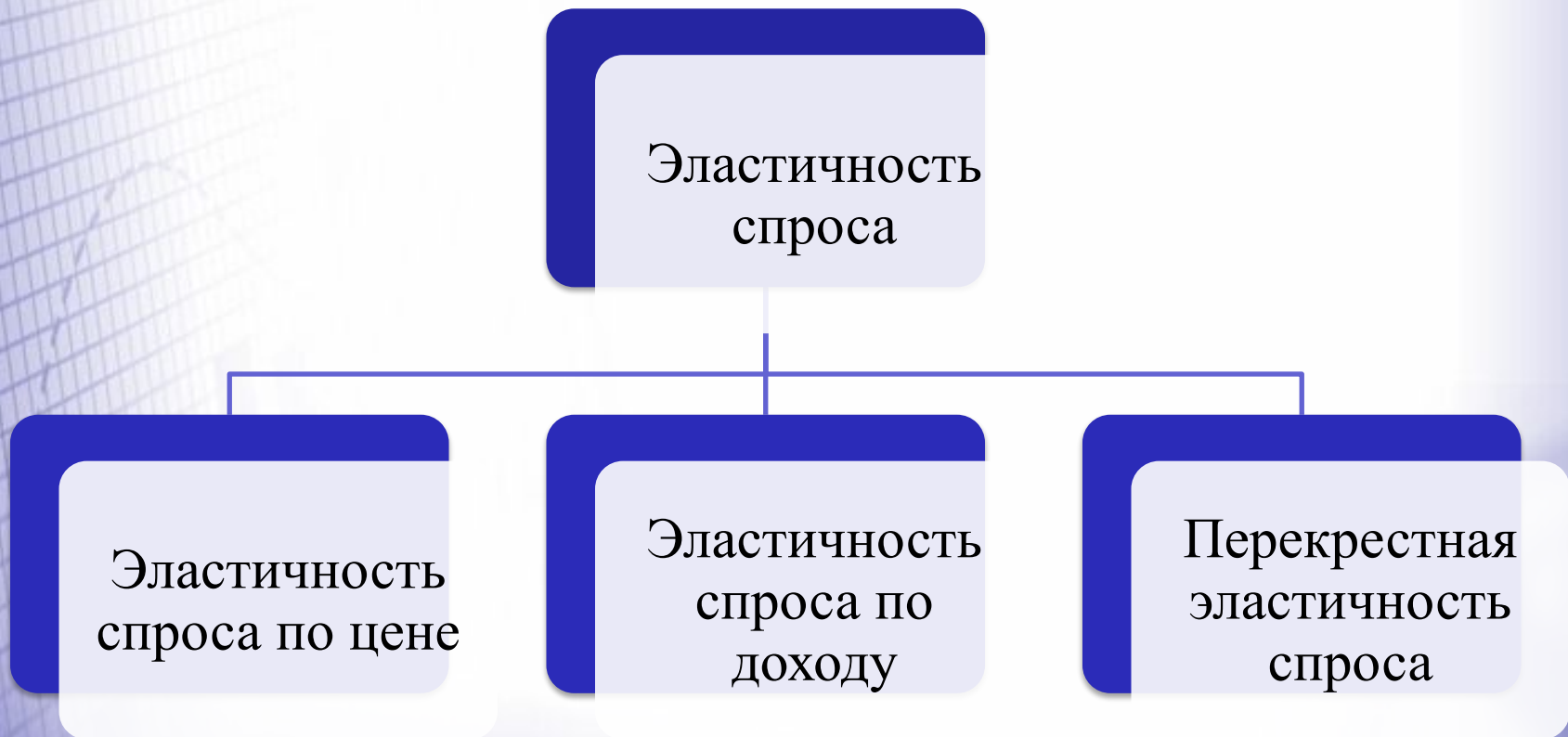
Эластичность означает степень чувствительности изменений одной величины на изменение другой величины

Эластичность – это способность спроса и предложения адаптироваться к изменившимся рыночным условиям

Эластичность измеряется **коэффициентом эластичности (E)**, который является мерой чувствительности величин спроса и предложения к изменениям каких-либо факторов на рынке.



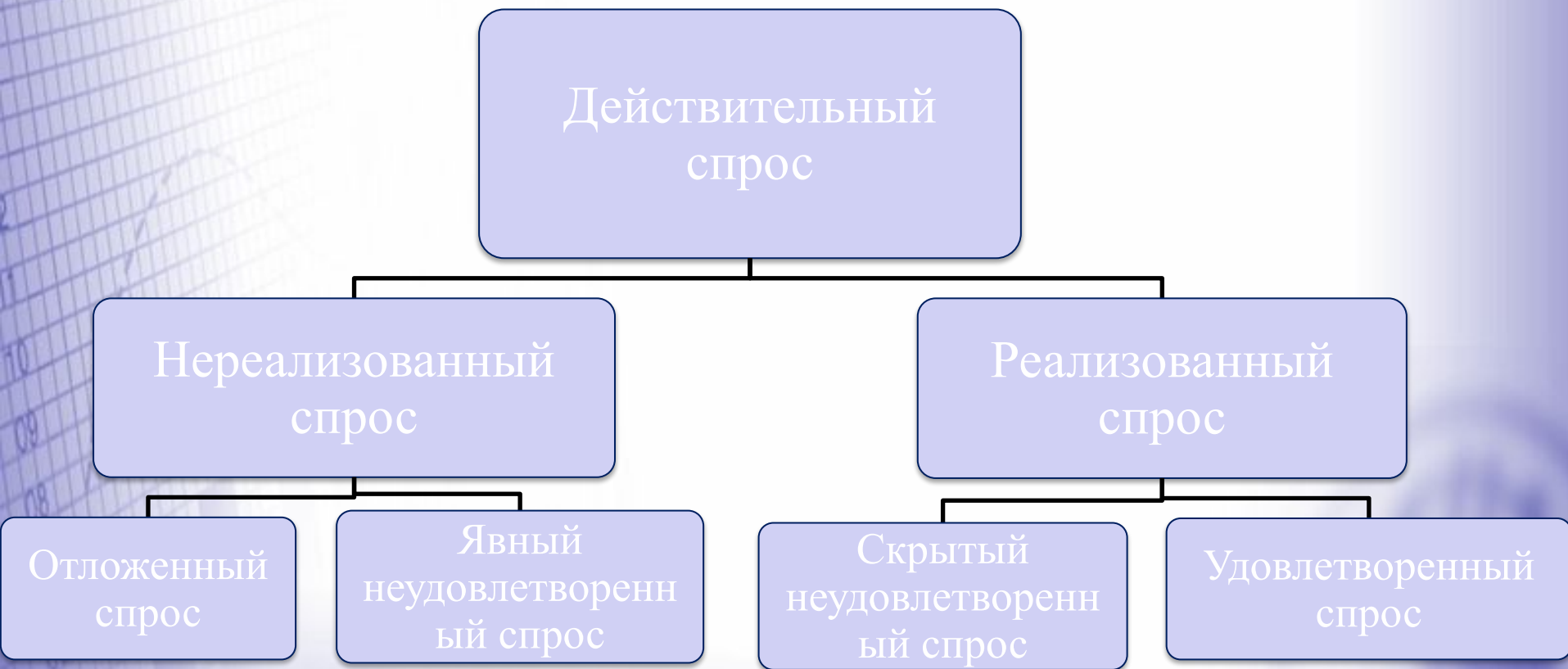
Эластичность спроса



Виды спроса

- отрицательный,
- отсутствующий,
- скрытый,
- снижающийся,
- нерегулярный,
- полноценный,
- чрезмерный,
- нерациональный

Виды платежеспособного спроса



При изучении спроса на лекарственные препараты принято различать

**Реализованный
спрос**

Менее
наименований
в аптеках
количество
препаратов

**Неудовлетво-
ренный спрос**

недостаточность
в аптеках
средств
и в аптеках
доступных
средств

**Формирующийся
спрос**

лекарств
мало
на спросе

Для изучения спроса используют

Социологические
исследования

Нормативный метод

Метод экспертных
оценок

Для изучения спроса используют

Метод
экстраполяции

Методы
математического
моделирования

Индексный метод

Для изучения спроса используют

Метод квалиметрии

Экономико-
математические
модели

КОЛИЧЕСТВЕНН
В
препочтений
ИХ
ПОТРЕБИТЕЛЬСК
ИЛИ
ПОЛОЖИТЕЛЬНО
ФУНКЦИОНАЛЬ
ОПРЕДЕЛЕНИЯ

КОСЯН НА
НЕСКОЛЬ
В
ДЕЙСТВИ
СЛУЧАЕ
ЯНОТ В

Особенности в формировании спроса на лекарственные средства

Объективные факторы

Социально-демографические, географические и экономические факторы;

Свойства препаратов, их качество наличие на рынке;

Информационное и рекламное обеспечение продвижения товара

Заболееваемость

Наличие на рынке биоэквивалентов и фармакологических аналогов

Порядок отпуска лекарственных средств из аптек

Субъективные факторы

уровень потребностей покупателей, их ценностные установки, культурные традиции, состояние информированности, прошлый опыт