

**Рыночный спрос,
рыночное
предложение,
рыночное равновесие**

Вопросы:

- Характеристика понятий: рынок, спрос, предложение. Значение этих элементов рыночной экономики в теории маркетинга.
- Закон спроса, закон предложения, рыночное равновесие. Основные тенденции развития спроса и предложения.
- Виды спроса.

- **Рынок** — совокупность всех отношений, а также форм и организаций сотрудничества людей друг с другом, касающихся купли-продажи товаров и услуг.
- **2. Условия возникновения рынка:**
 - общественное разделение труда;
 - экономическая обособленность производителей;
 - самостоятельность производителя.

■ Главные функции рынка:

- посредническая – соединение производителей товаров и их потребителей;
- ценообразования – установление равновесной цены, при которой спрос равен предложению товара;
- информационная – предоставление информации об объемах производства;
- удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары;
- регулирующая – «перетекание» капиталов из менее выгодных в более прибыльные отрасли;
- санирующая (оздоровительная) – предотвращение неэффективной хозяйственной деятельности путем банкротств нерентабельных предприятий и процветания эффективных производств.

- Характеристика понятий :
 - СПРОС (анг.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.

Объем (величина спроса) – количество покупаемого товара при определенной цене. Задается конкретным значением функции при конкретном значении цены и графически отражается в виде точки на кривой спроса

Общая функция спроса-

зависимость объема спроса от его детерминантов:

$$Q_d = f(P, P_s, P_c, I, N, T, W...),$$

где Q_d – величина спроса на товар,

P – цена покупаемого товара,

P_s - цена товаров-субститутов,

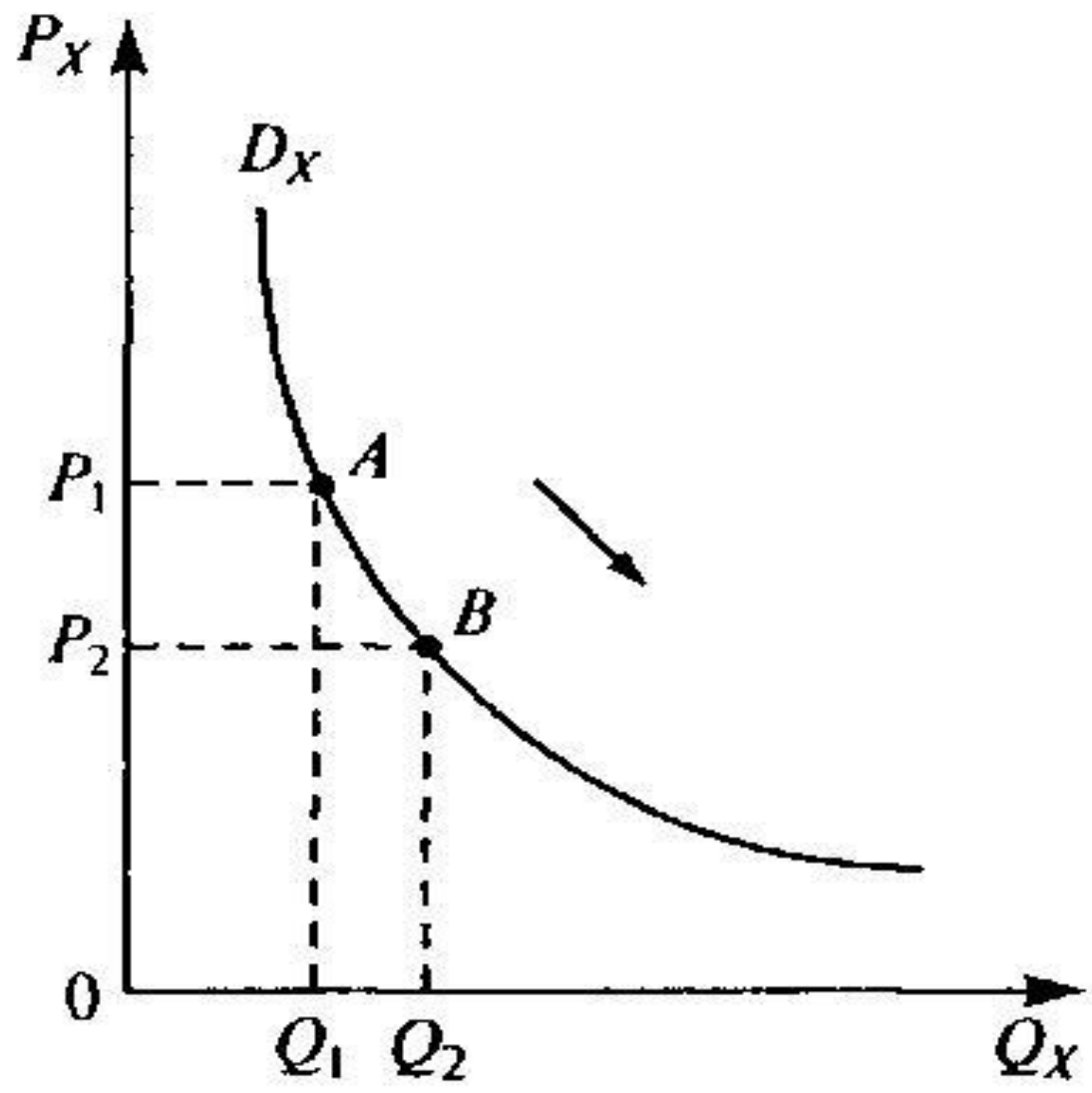
P_c – цена товаров - compleментов,

I – доход потребителя,

N – количество покупателей,

T - налоги,

W – потребительские ожидания

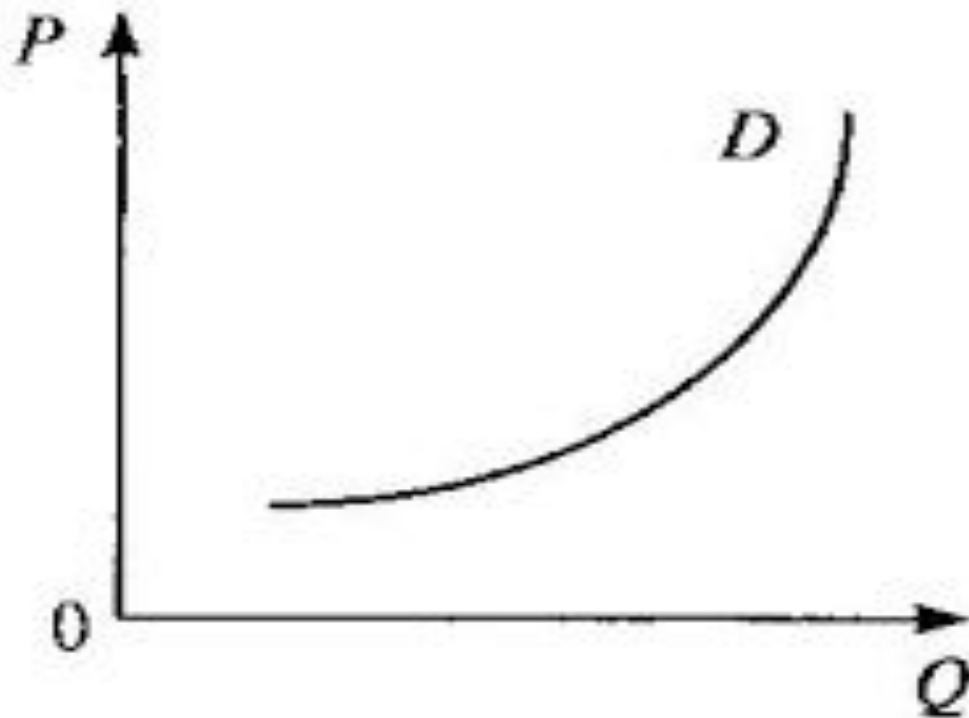


Кривая спроса

Закон спроса

- **Закон спроса** — величина спроса уменьшается по мере увеличения цены товара, то есть между величиной спроса и ценой существует обратная зависимость, когда повышение цены вызывает понижение величины спроса, а снижение цены вызывает повышение величины спроса

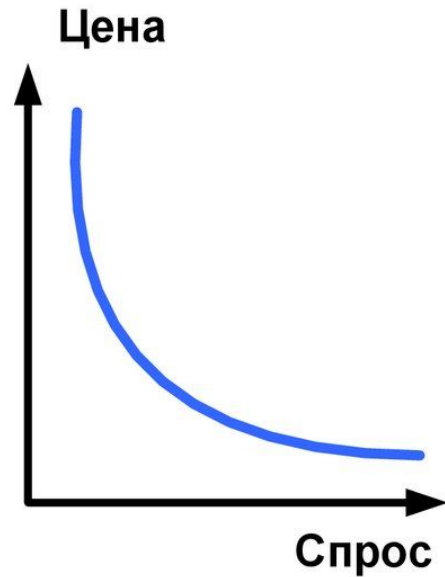
Исключение из закона спроса



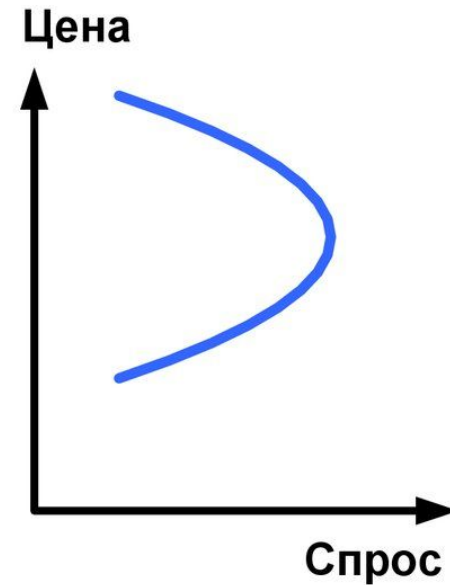
Кривая спроса на
товары Гиффена

Эффект Веблена (цена показатель качества) Теория праздного класса

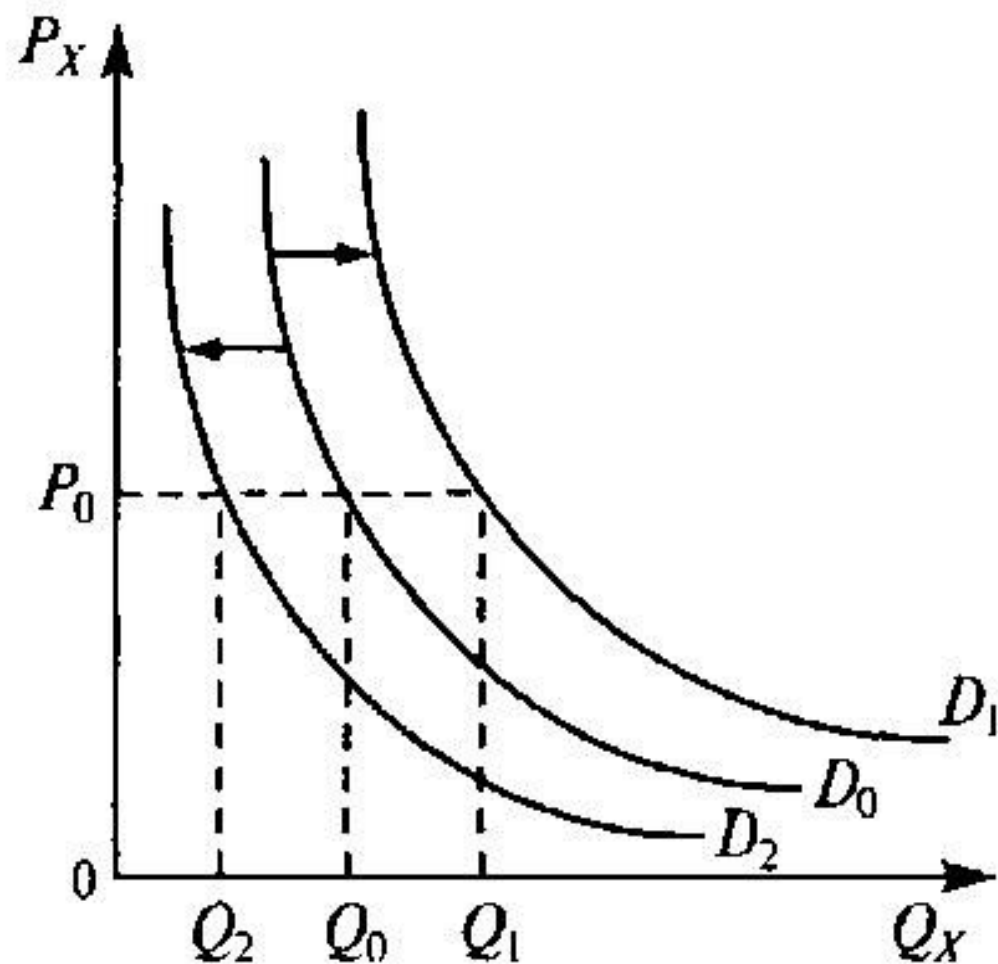
ЗАКОН СПРОСА



Для большинства
массовых товаров



Для престижных товаров



Изменение спроса под действием неценовых факторов



Виды спроса

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



При изучении спроса на лекарственные препараты принято различать

Реализованный спрос

- фактическая реализация лекарственных средств при достаточном и постоянном наличии их в аптечной сети

Неудовлетворенный спрос

- спрос на лекарственные средства, которые поступают в аптечную сеть в недостаточном количестве или неравномерно

Формирующийся спрос

- спрос на новые и малоизвестные лекарственные средства

Для изучения спроса используют

Социологические исследования

- включают опрос населения и медицинского персонала в виде анкетирования или интервью и изучение мнений экспертов

Нормативный метод

- основан на объективной статистике заболеваемости и оптимальных наборах препаратов на курс лечения

Метод экспертных оценок

- строится на получении объективных оценок как результат субъективных мнений экспертов и специалистов

Для изучения спроса используют

Метод экстраполяции

- основываются на статистическом анализе временных рядов и позволяют прогнозировать темпы роста потребления товаров в ближайшей перспективе исходя из тенденций прошлого периода

Методы математического моделирования

- осуществляются с учетом корреляции спроса и факторов, влияющих на его величину

Индексный метод

- основан на относительных показателях динамики, выражающих отношение фактического уровня анализируемого показателя в отчетном периоде к его уровню в базисном периоде

Для изучения спроса используют

Метод квалиметрии

- основан на определении функции полезности или потребительских предпочтений в количественном измерении

Экономико- математические модели

- применяют в случае действия нескольких факторов на спрос

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

Заболеваемость

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, и, прошлый опыт

Характеристика понятий предложение (англ. supply)

Это способность и желание продавцов предложить определенное кол-во товара по данной цене в определенной период времени

Величина
предложение –
количество товаров ,
которые продавцы
хотят и могут продать
по данной цене

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

Закон предложения

- Закон предложения — прямая зависимость между ценой и величиной предложения товара или услуги в течение определённого периода

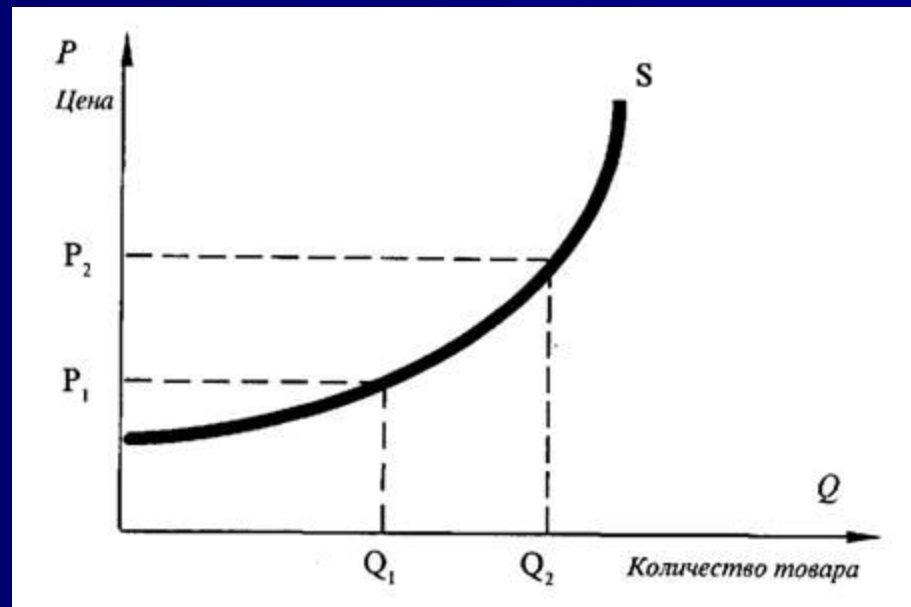
Функция предложения

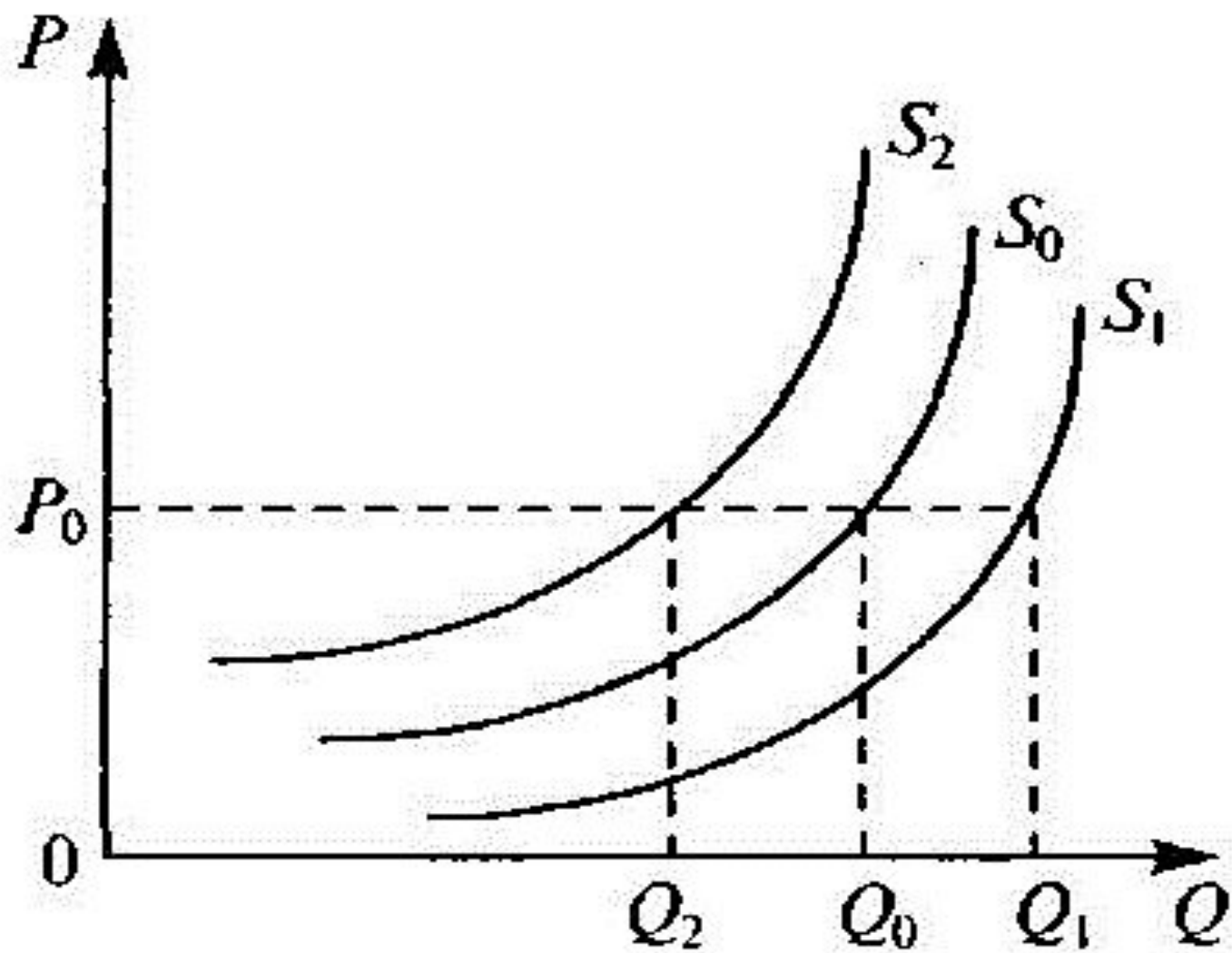
- **Функция предложения** – зависимость объема предложения от определяющих его факторов:
 - Технология
 - Цена факторов производства
 - Число продавцов
 - Прогнозы
 - Погода

$$Q_i^S = Q_i^S(L_i, P_1, \dots, P_k, T_i, N \dots)$$

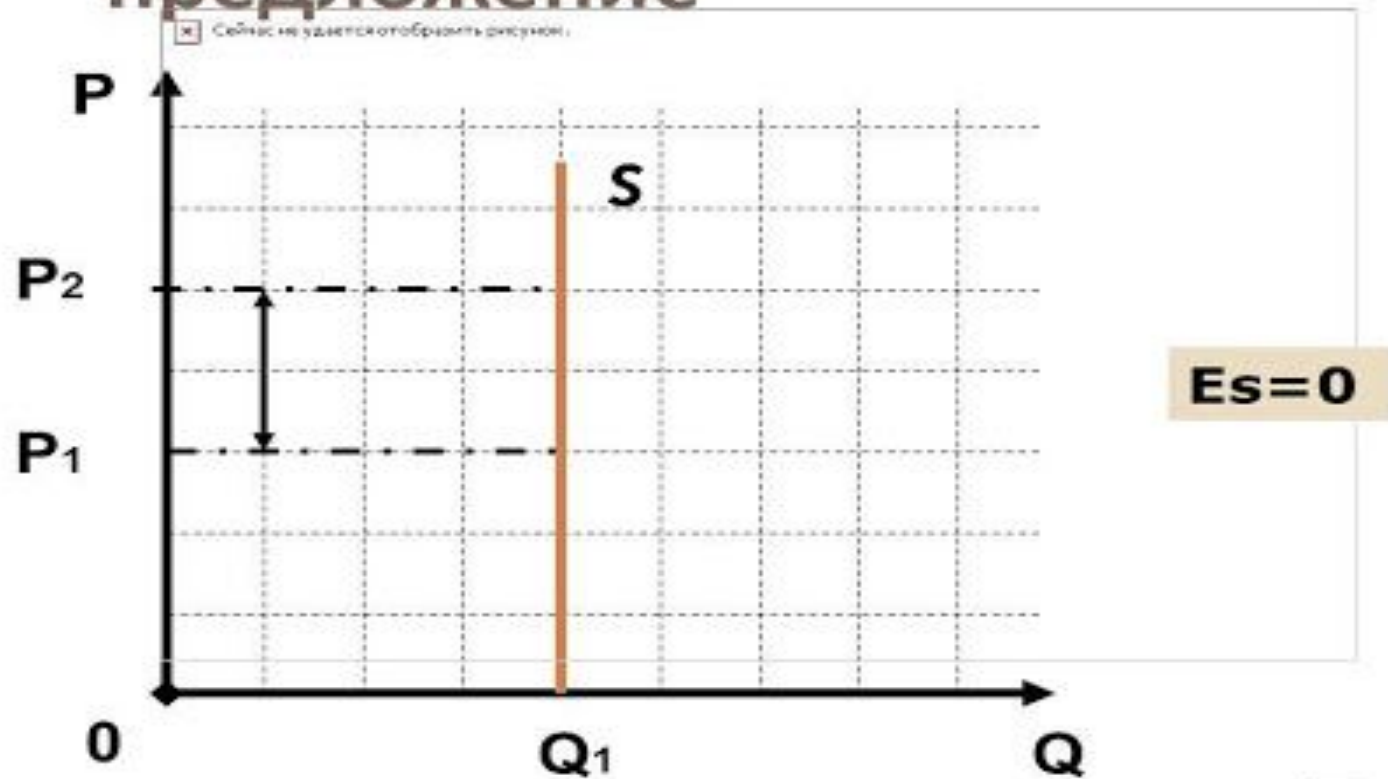
- Изменение предложения и изменение объема предложения

Кривая предложения





Абсолютно неэластичное предложение

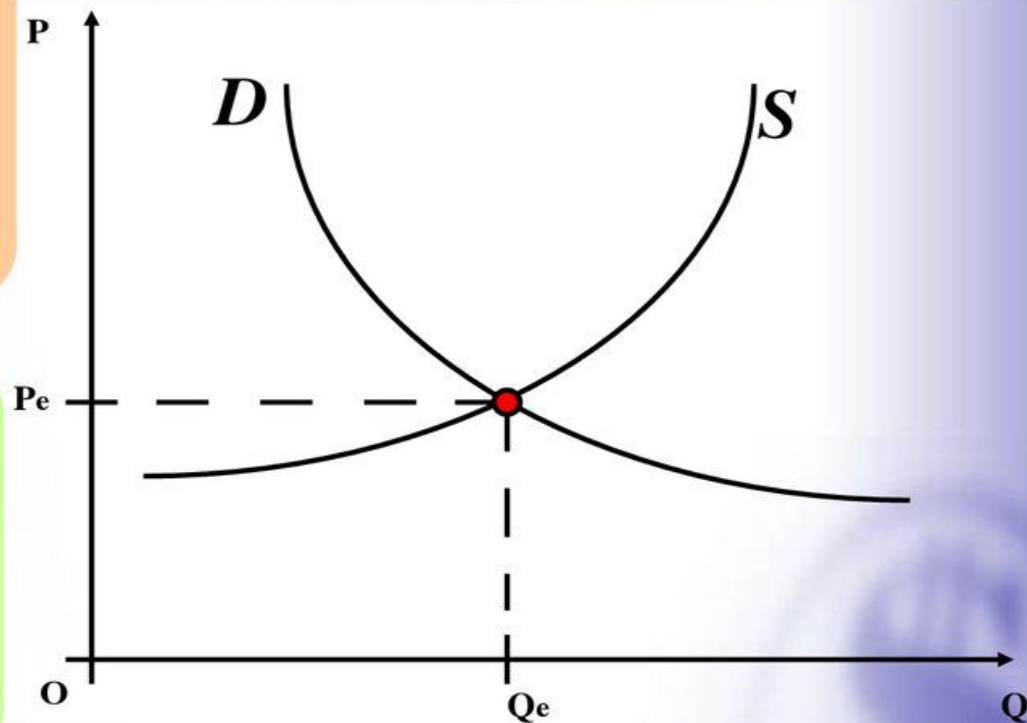


Равновесие на рынке

$$Q_d = Q_s$$

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

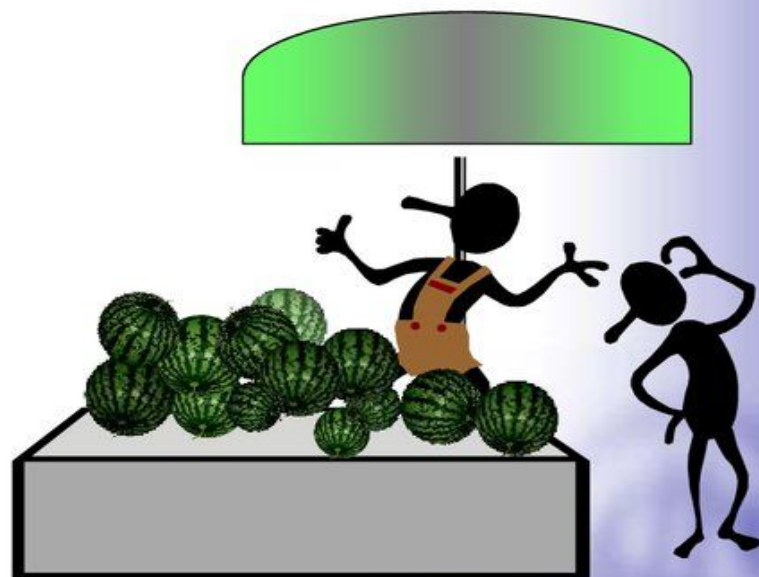


Ситуация на рынке, при которой объем спроса превышает объем предложения называется -



дефицит

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

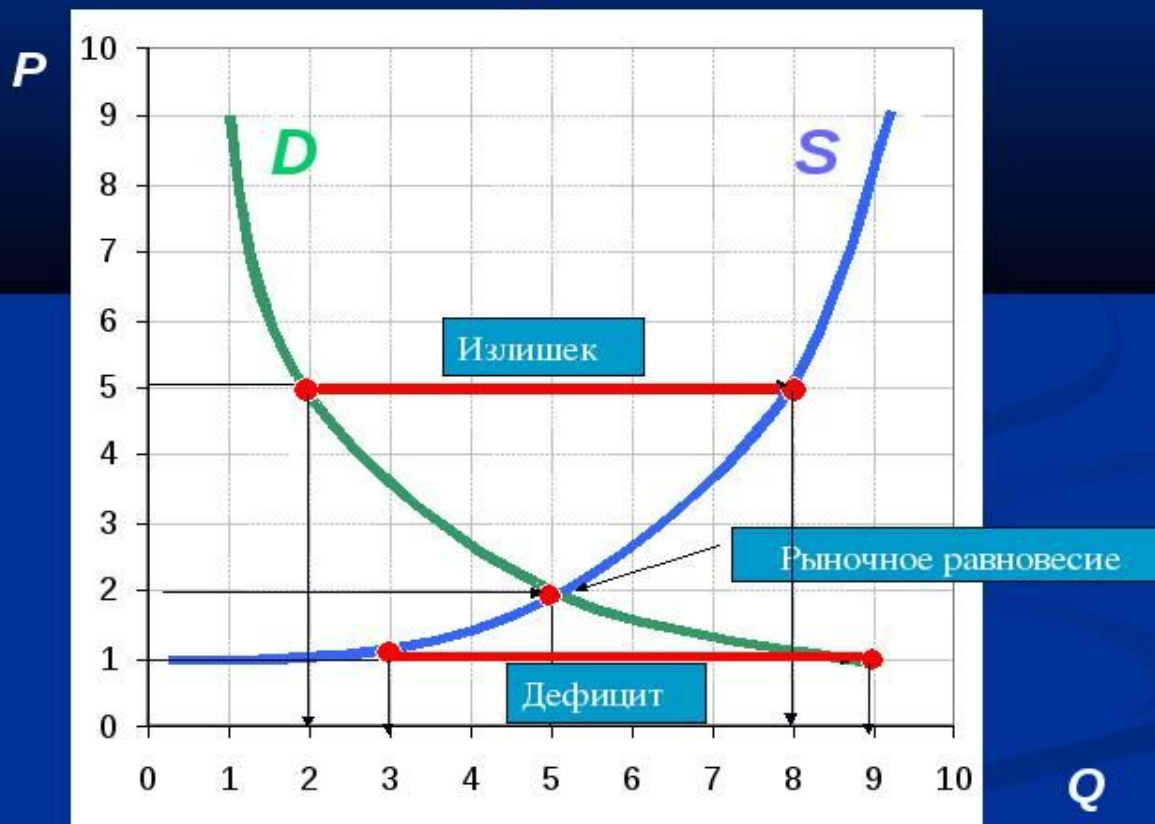


избыток

ТОВАРОВ

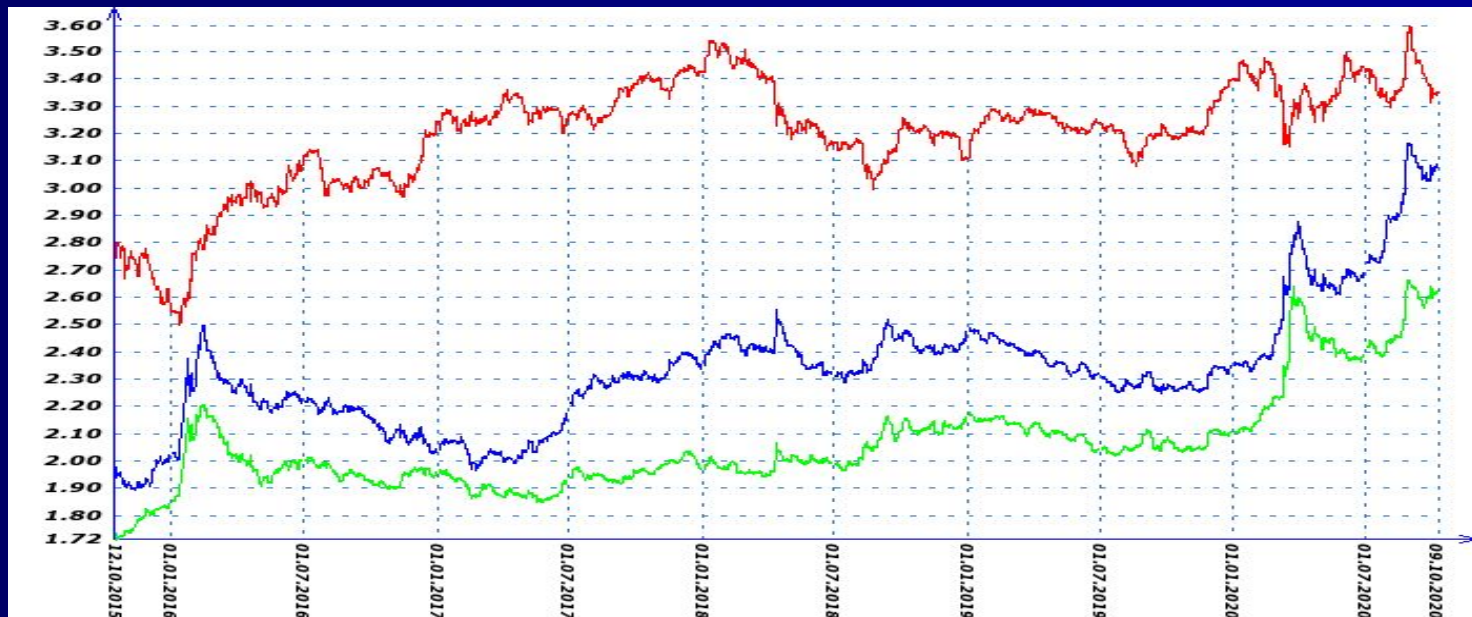


Рыночное равновесие



Применение модели спроса и предложения

- Почему изменяется валютный курс?
- Что с ним будет дальше?
- От чего это зависит?



Как организован валютный рынок

- Основные участники- коммерческие и центральные банки, международные корпорации , посредники (брокерские агентства), покупающие и продающие валюту по поручению своих клиентов
- Покупка и продажа на валютном рынке – безналичные (из рук в руки переходит валюта находящаяся на счетах до востребоования)

Кто покупает и ,кто продает доллары ?

- **Продают** доллары и покупают рубли (иностранные туристы)
- Инвесторы, желающие вложить деньги экономику РБ
- Белорусские экспортеры
- Валютные спекулянты
- Национальный банк РБ

- **Покупают доллары** (продают рубли)
- Белорусские туристы
- Инвесторы, желающие вывести свои инвестиции из экономики РБ
- Продавцы импортной продукции
- Валютные спекулянты
- Национальный банк РБ