


Оценка функции спроса и его прогнозирование

Подготовила студентка
группы М-02(1)-14
Петрова Е.С.



Спрос (в здравоохранении)– это количество медицинских товаров и услуг, которое желают и могут приобрести пациенты на данный период времени по определенной цене.

Факторы, влияющие на спрос

1. Ценовой фактор спроса – цена на данный товар;
2. Неценовые факторы спроса:
 - a) наличие взаимосвязанных товаров (заменителей, дополнителей);
 - b) уровень доходов покупателей (их платежеспособность);
 - c) количество покупателей в данном регионе, их возрастно-половой критерий;
 - d) вкусы и предпочтения покупателей;
 - e) мода;
 - f) «врачебный фактор»;
 - g) реклама

Виды спроса

- **Отрицательный**
- **Скрытый**
- **Падающий**
- **Нерегулярный**
- **Чрезмерный**

Спрос на медицинские услуги можно
рассчитать по следующей формуле:

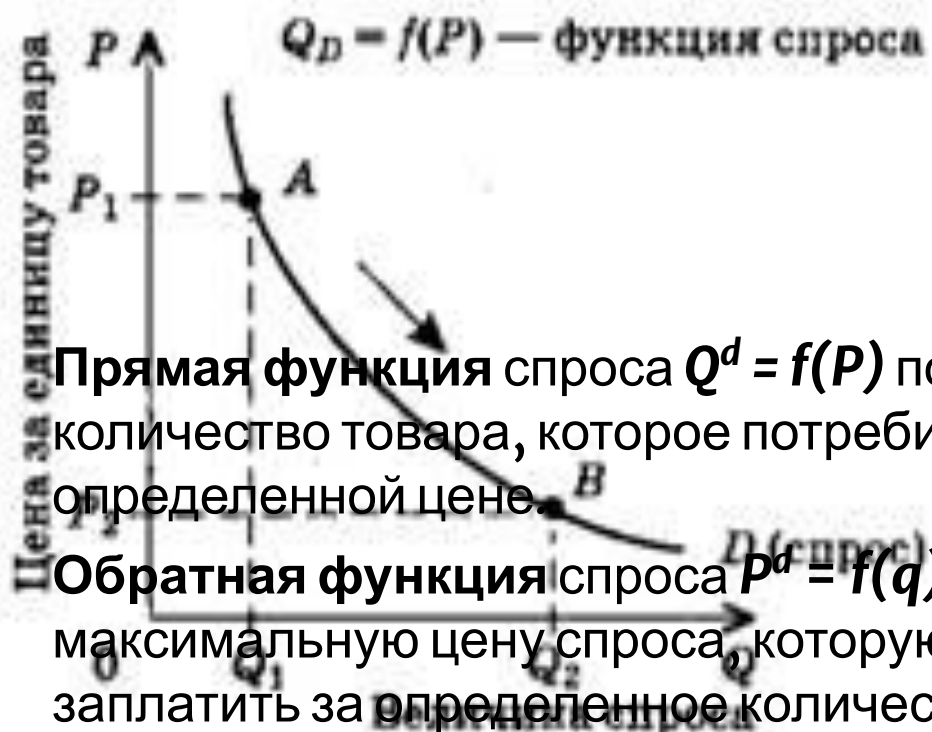
$$C=N*P,$$

где C- спрос на медицинские услуги,

N- число пациентов,

P- средний коэффициент обращения за
медицинскими услугами.

Функция спроса - это функция, отражающая зависимость объема спроса на отдельные товары и услуги (потребительские блага) от комплекса факторов, влияющих на него.

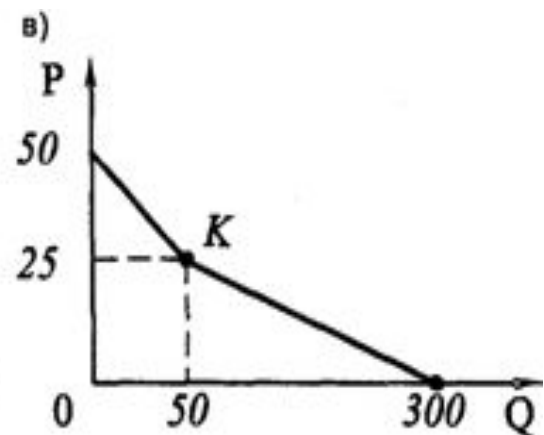
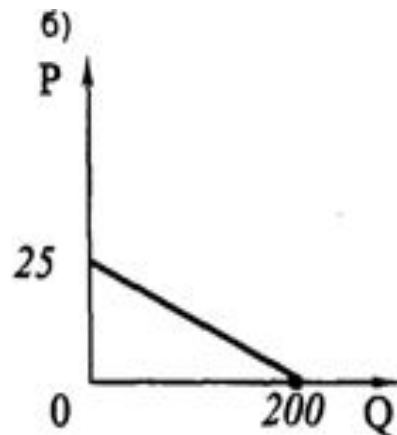
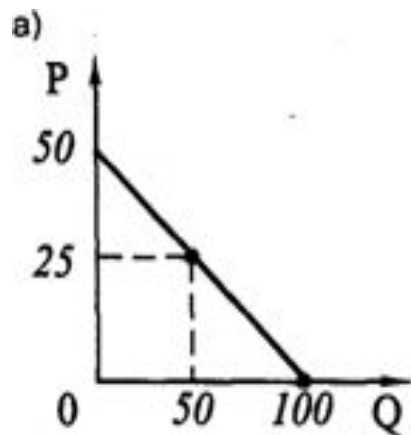



Прямая функция спроса $Q^d = f(P)$ показывает максимальное количество товара, которое потребитель готов купить по определенной цене.

Обратная функция спроса $P^d = f(q)$ определяет максимальную цену спроса, которую потребитель готов заплатить за определенное количество товара.

Оценку функции спроса можно производить:

1. Графически
2. Аналитически
3. С помощью таблиц





Прогнозирование спроса - это научно обоснованное предсказание развития рынка во времени на основе изучения причинно-следственных связей, тенденций и закономерностей.

В зависимости от времени различают следующие виды прогнозирования спроса:

- оперативное — до 1 месяца;
- конъюнктурное — от 3 до 6 месяцев;
- краткосрочное — от 1 года до 2 лет;
- среднесрочное — от 2 до 5 лет;
- долгосрочное — от 5 до 10 лет;
- перспективное — свыше 10 лет.

Методы прогнозирования спроса

- **эвристические:**

- социологические — опросы покупателей и т.д.;
- экспертные методы — основаны на подборе и формировании группы достаточно компетентных специалистов, которые высказывают свое мнение на основе знаний, опыта, интуиции, и оно рассматривается как экспертная оценка;

- **экономико-математические:**

- статистические методы — моделирование (строится прогнозная модель, которая характеризует зависимость изучаемого параметра от ряда факторов), расчет коэффициента эластичности спроса, экстраполяция (базируется на прошлом опыте, который пролонгируется на будущее);

- **специальные методы** - трендовые модели в графическом или математическом виде