

Маркетинговые методы определения потребности и изучения спроса на лекарственные препараты



Лобутева Л.А., к. фарм. н.,

доцент
Кафедра организации и экономики фармации
Института Фармации

Сеченовский Университет

Москва, Россия

Основные понятия темы

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида



<https://histnote.ru/wp-content/uploads/2017/06/%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%BD%D0%B0-397x230.jpg>

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида



<https://lh3.googleusercontent.com/proxy/kaRmoZZWpUXj16iTK2gardnneQMpUI6D0iCV6ReEMH6Gg1YYEF7CKV7ezWsCRKWkeyEltcl9rfkf6zch7JgWJkfREXmf8G5R5APd>

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая **специфическую форму** в соответствии с уровнем развития общества и **личностью индивида**

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида



<https://sayyes.com.ua/content/uploads/images/istock-921950686.jpg>



<https://minsknews.by/wp-content/uploads/2019/11/vitaminy.png>

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида

Основные понятия темы

Потребность

Необходимость (нужда) в чем-либо, требующая удовлетворения и принявшая специфическую форму в соответствии с уровнем развития общества и личностью индивида

Потребление

Процесс удовлетворения потребности

Методы определения потребности в ЛП

Методы определения потребности в ЛП

1. Нормативные

Основаны на объективной статистике заболеваемости и оптимальных наборах препаратов на курс лечения

Методы определения потребности в ЛП

1. Нормативные

Основаны на объективной статистике заболеваемости и оптимальных наборах препаратов на курс лечения

- **Чаще используются** для ЛП специфического действия и определения потребности в стационарных условиях
- **Преимущества:** простота, доступность, возможность использования дифференцированных нормативов
- **Недостатки:** невозможность одновременного учета нескольких факторов

Методы определения потребности в ЛП

2. Экономико-математические

Методы определения потребности в ЛП

2. Экономико-математические

Моделирование потребления с учетом одного или нескольких различных факторов с помощью методов математической статистики

Методы определения потребности в ЛП

2. Экономико-математические

Моделирование потребления с учетом одного или нескольких различных факторов с помощью методов математической статистики

- **Преимущества:** возможна количественная оценка влияния одновременно нескольких факторов
- **Недостатки:** число факторов, вводимых в модель не беспредельно; невозможно оценить влияние трудно учитываемых и количественно неизмеримых факторов, поэтому не всегда удается полностью объяснить сложившуюся тенденцию потребления ЛП

Методы определения потребности в ЛП

3. Логико-экономические

Методы определения потребности в ЛП

3. Логико-экономические

Основаны на прогнозе с помощью экспертных оценок при обобщении аргументированных мнений компетентных специалистов. **Обобщенное мнение экспертов, принимается как решение проблемы**

Методы определения потребности в ЛП

3. Логико-экономические

Основаны на прогнозе с помощью экспертных оценок при обобщении аргументированных мнений компетентных специалистов. **Обобщенное мнение экспертов, принимается как решение проблемы**

- **Преимущества:** возможность прогноза потребности как в ЛП специфического и широкого спектров действия, так и в **новых** ЛП
- **Недостатки:** высокие трудозатраты компетентных специалистов

Классификация ЛП

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в НС и ПВ применяются:

- **Нормативы для проведения расчетов** (установлены приказом МЗ РФ от 01.12.2016 № 917н (действуют с 01.01.2017г.)
- **Методические рекомендации по определению потребности в НС и ПВ** (утверждены приказом МЗ РФ от 16.11.2017 № 913)

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в **НС**:

- **Нормативы для медицинских организаций, оказывающих мед. помощь в амбулаторных условиях (на 1 000 чел. в год)**
- **Нормативы для медицинских организаций, оказывающих мед. помощь в стационарных условиях (на 1 койку в год)**
- **Нормативы для медицинских организаций, оказывающих мед. помощь (скорую) вне медицинской организации (на 1 000 вызовов)**

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в НС

Нормативный метод

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в НС

Нормативный метод

$$П = Н * К / 1000 \quad \text{или} \quad П = Н * К$$

П – потребность в ЛП

Н – норматив на 1000 чел. в год, 1000 вызовов, 1 койку в год

К – количество человек, вызовов, коек

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в НС

Нормативный метод

$$П = Н * К / 1000 \quad \text{или} \quad П = Н * К$$

П – потребность в **дигидрокодеине**

Н – норматив на 1000 чел. - **1,01 грамма**

К – количество предполагаемых пациентов - **500 человек**

П = **1,01 * 500 / 1 000 = 0,51 (грамма)**

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в НС

Нормативный метод

$$П = Н * К / 1000 \quad \text{или} \quad П = Н * К$$

П – потребность в **тримеперидине**

Н – норматив **на 1 хирургическую койку в год - 1,3 грамма**

К – количество **коек хирургического профиля - 60**

$П = 1,3 * 60 = 78,0$ (г) в год т.е. **6,5 г в месяц (78,0/12)**

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в НС

Нормативный метод

$$П = Н * К / 1000 \quad \text{или} \quad П = Н * К$$

П – потребность в **тримеперидине**

Н – норматив **на 1 хирургическую койку в год - 1,3 грамма**

К – количество **коек хирургического профиля - 60**

П = **1,3 * 60 = 78,0 (г)** в год. При необходимости до **117,0**

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в **ПВ**

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в **ПВ**

Используют усредненные данные годовых отчетов об использовании **ПВ** за последние три года (Пр. № 917н от 01.12.2016)

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в **ПВ**

По данным годовых отчетов медицинской организации «Доктор Х» было использовано Амобарбитала (барбамила):
в 2017 г. - 110 грамм; в 2018 г. - 100 грамм; в 2019 г. – 120 грамм.

Потребность на 2020 г. Амобарбитала составит

(110+100+120) / 3 = 110 грамм

Классификация ЛП

1. ЛП, потребление которых нормируется

Наркотические средства и психотропные вещества (НС и ПВ)

При расчете потребности в **ПВ**

По данным годовых отчетов медицинской организации «Доктор X» было использовано Амобарбитала (барбамила):
в 2017 г. - 110 грамм; в 2018 г. - 100 грамм; в 2019 г. – 120 грамм.

Потребность на 2020 г. Амобарбитала составит

(110+100+120) / 3 = 110 грамм

При необходимости $110 * 1,5 = 165$ (грамм)

Классификация ЛП

2. ЛП специфического действия

ЛП для лечения 1-2 заболеваний

(гипогликемические, противоопухолевые и др.)

Классификация ЛП

2. ЛП специфического действия

ЛП для лечения 1-2 заболеваний

(гипогликемические, противоопухолевые и др.)

Нормативный метод

$$П = Р * К * Б$$

П – нормативная потребность в ЛП

Р – расход ЛП на курс лечения; К – количество курсов в год

Б – количество больных, принимающих ЛП

Классификация ЛП

3. ЛП широкого спектра действия

ЛП для лечения различных заболеваний
(антибиотики, витамины, анальгетики, и др.)

Классификация ЛП

3. ЛП широкого спектра действия

ЛП для лечения различных заболеваний
(антибиотики, витамины, анальгетики, и др.)

Экономико-математические

При расчете потребности в ЛП:

- **Сбор и анализ данных о фактическом потреблении ЛП** за ряд предыдущих лет (три-пять)
- **Прогнозирование потребности в конкретных ЛП** с помощью экономико-математических методов, экспертных оценок, (нормативного – для стационаров)

Основные понятия темы

Спрос

Основные понятия темы

Спрос

Требование на товары со стороны **покупателя**

Готовность покупателя **приобрести** товар по данной **цене** в данный период **времени**

Основные понятия темы

Спрос

Требование на товары со стороны покупателя

- Форма проявления **потребностей**



<https://www.meme-arsenal.com/memes/d216b2cb918bf32b960183fb6b2df4af.jpg>



<https://media-services.digital-rb.com/s3/live-productcatalogue/sys-master/image/s/h76/h0e/8867986866206/Supp.png?width=1280&height=1280>

Основные понятия темы

Спрос

Требование на товары со стороны покупателя

- Форма проявления **потребностей**
- Платежеспособная **потребность**

Основные понятия темы: взаимосвязь

Потребность \geq Спрос \geq
Потребление

Взаимосвязь: спрос - предложение

Спрос (величина)

Готовность **покупателя приобрести** товар
(максимальное количество) по данной цене в данный
период времени

Взаимосвязь: спрос - предложение

Предложение (величина)

Готовность **продавца предложить** товар
(максимальное количество) по данной цене в данный
период времени

Взаимосвязь: спрос - предложение

Предложение (величина)

Готовность **продавца предложить** товар
(максимальное количество) по данной цене в данный
период времени

Цена - денежное выражение стоимости товара

Взаимосвязь: спрос - предложение

Закон предложения

- При прочих равных условиях **предложение находится в прямой зависимости от цены**
- При прочих равных условиях **при увеличении цены предложение увеличивается**
- При прочих равных условиях **при уменьшении цены предложение уменьшается**

Взаимосвязь: спрос - предложение

Закон спроса

Взаимосвязь: спрос - предложение

Закон спроса

- При прочих равных условиях **спрос находится в обратной зависимости от цены**
- При прочих равных условиях **при увеличении цены спрос уменьшается**
- При прочих равных условиях **при уменьшении цены спрос увеличивается**

Взаимосвязь: спрос - предложение

Предложение

4. Ответ рынка

3. Закон предложения

Цена

1. Закон спроса

2. Ответ рынка

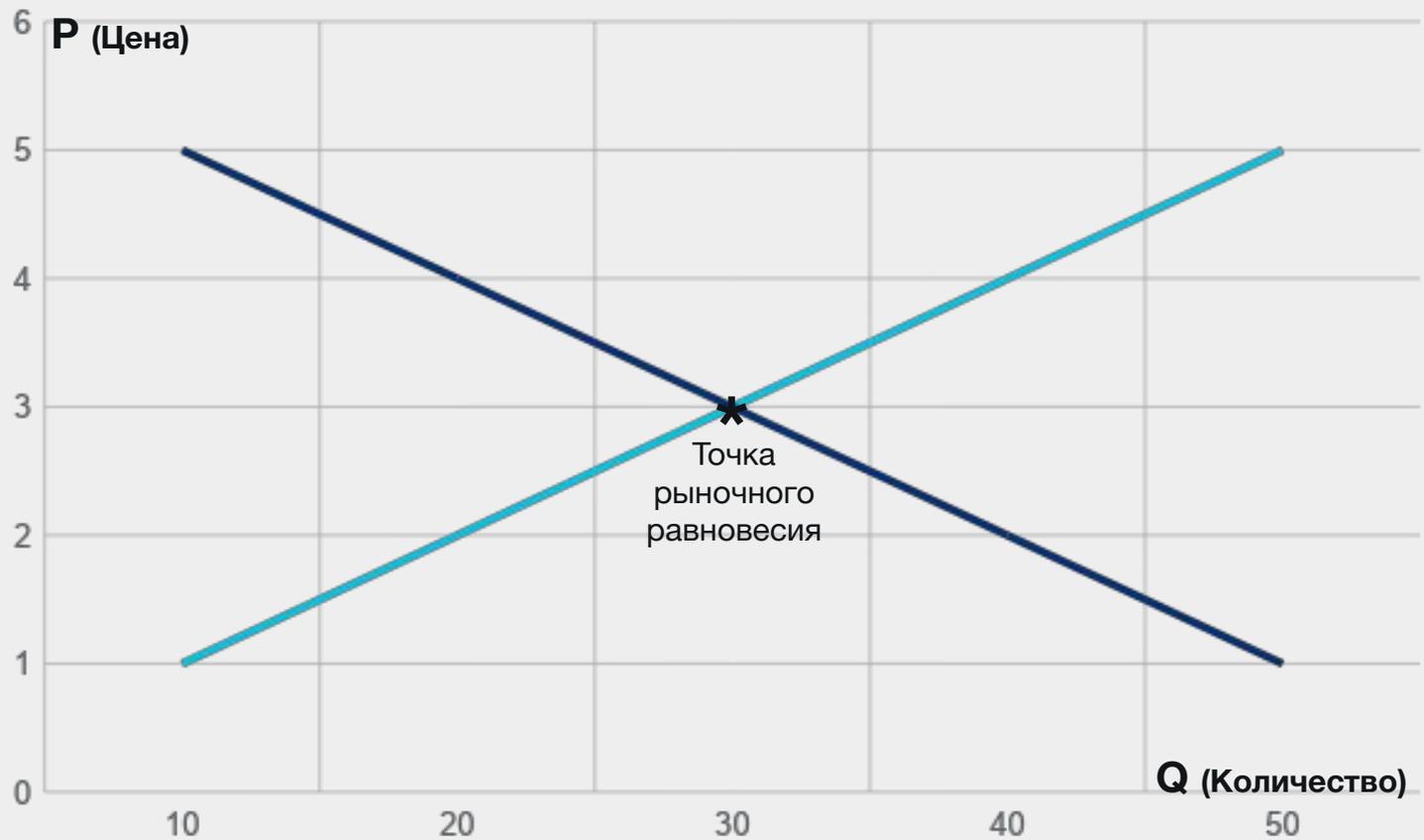
Спрос

Обратная зависимость

Прямая зависимость

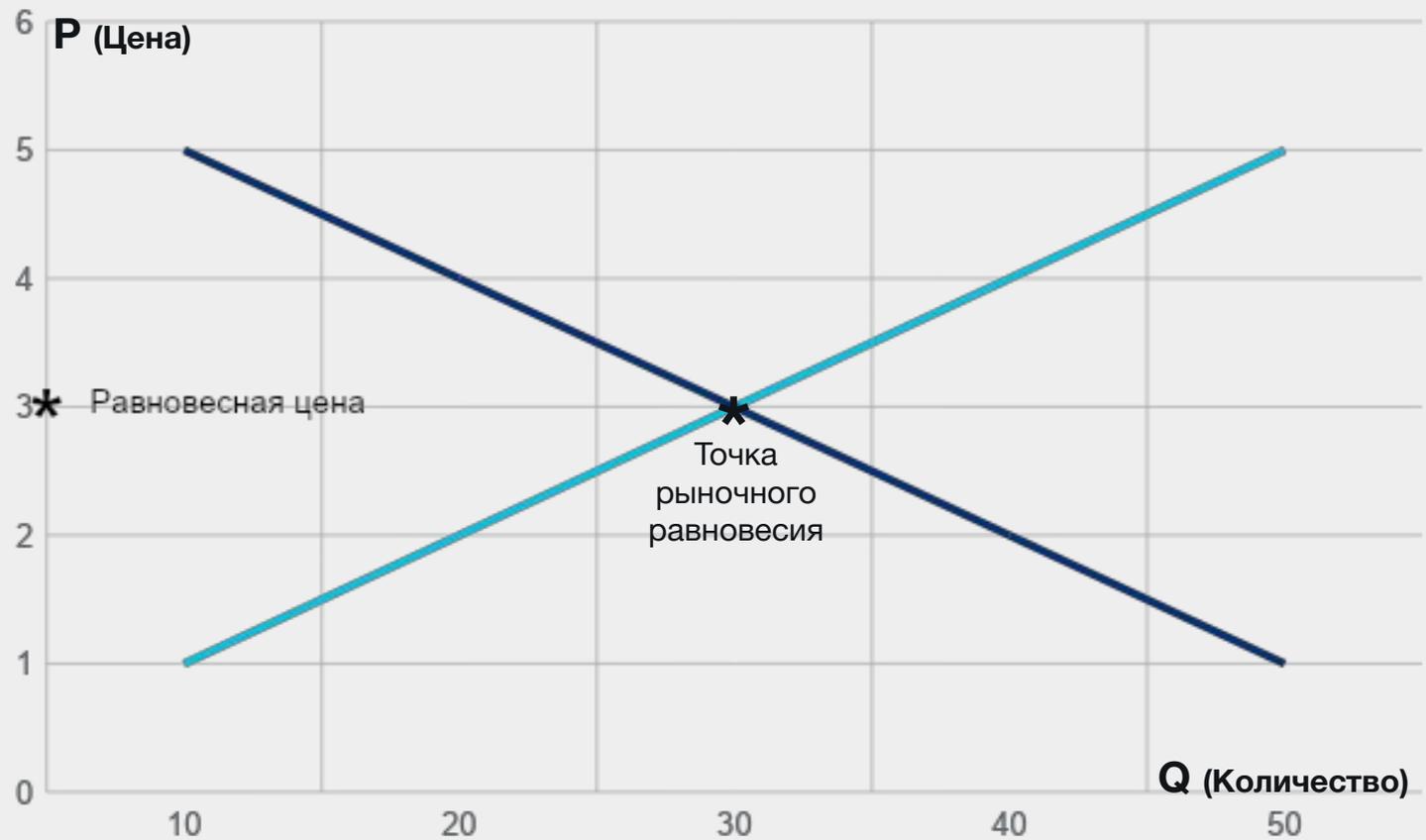


Взаимосвязь: спрос - предложение



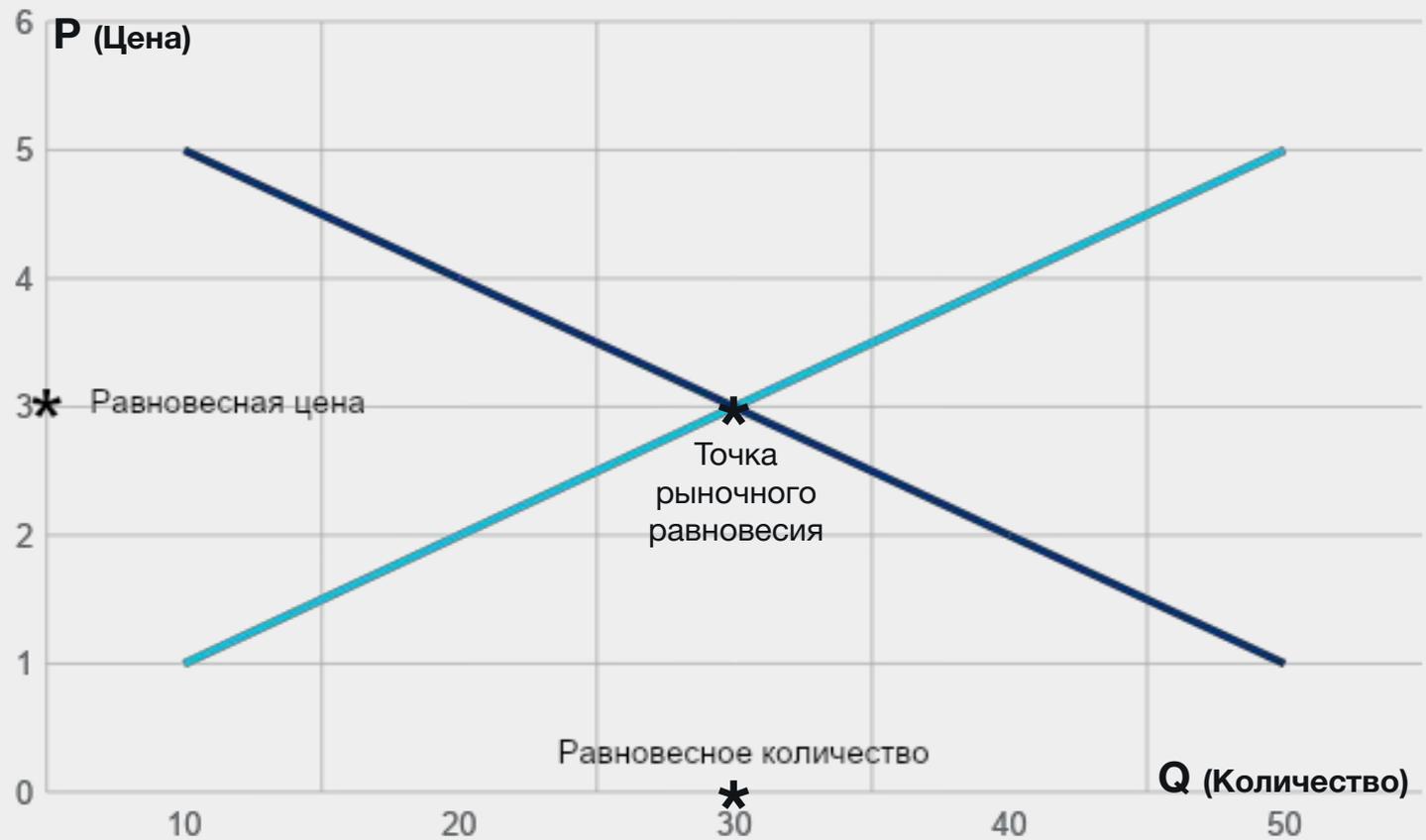
Точка рыночного равновесия. Точка пересечения кривых спроса и предложения (спрос и предложение равны друг другу)

Взаимосвязь: спрос - предложение



Рыночная равновесная цена. Устанавливается в точке пересечения кривых спроса и предложения (устраивает и продавцов, и потребителей)

Взаимосвязь: спрос - предложение



Рыночное равновесие. Ситуация на рынке, при которой объем предложения товара по данной цене равен объему спроса на него

Классификация спроса на ЛП

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- В зависимости от **генератора** спроса
- По степени **удовлетворения**
- В зависимости от **вида маркетинга**

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- В зависимости от **генератора** спроса
 - **Спрос генерируемый врачом** (для рецептурных лекарственных препаратов)
 - **Спрос генерируемый населением** (для безрецептурных лекарственных препаратов)

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- **По степени удовлетворения**
 - **Действительный** может быть реально предъявлен при достаточном предложении (равен числу обращений в аптеку)
 - **Реализованный** (удовлетворенный) - фактически удовлетворенный в результате покупки (равен потреблению)
 - **Неудовлетворенный** равен разнице между действительным и реализованным спросом
 - **Скрытый** (частично неудовлетворенный) равен числу замен
 - **Реальный** (полностью неудовлетворенный) равен числу отказов

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- **По степени удовлетворения**
 - **Действительный** может быть реально предъявлен при достаточном предложении (равен числу обращений **150**)
 - **Реализованный** (удовлетворенный) - фактически удовлетворенный в результате покупки (равен потреблению **50**)
 - **Неудовлетворенный** равен разнице между действительным и реализованным спросом
 - **Скрытый** (частично неудовлетворенный) равен числу замен **80**
 - **Реальный** (полностью неудовлетворенный) равен числу замен **20**

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- **В зависимости от вида маркетинга**

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- **В зависимости от вида маркетинга**

Вид спроса	Вид маркетинга	Цель воздействия
Негативный (отрицательный)	Конверсионный	Снять отрицательное отношение
Отсутствует (новые ЛП)	Стимулирующий	Создать спрос

Негативный (отрицательный) спрос. Значительная часть потенциальных потребителей отрицательно относится к ЛП и избегает его покупку. Причины: вредность ЛП для здоровья (реальная или надуманная), плохой имидж компании-производителя, неприятные ощущения при потреблении.

Отсутствие спроса. Потребители не заинтересованы в приобретении ЛП или безразличны к нему. Чаще всего отсутствие спроса характерно для ЛП, только что вышедших на рынок и информация о которых отсутствует.

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- **В зависимости от вида маркетинга**

Вид спроса	Вид маркетинга	Цель воздействия
Потенциальный, скрытый	Развивающий	Сделать спрос реальным
Колеблющийся (сезонные ЛП)	Синхромаркетинг	Выравнивание спроса

Потенциальный, скрытый спрос. Готовность потребителей приобрести ЛП ограничивается отсутствием на рынке предложения этого товара (существует потенциальный спрос на ЛП, но отсутствует реальный).

Колеблющийся спрос. Объем спроса зависит от некоторых сезонных, дневных или часовых показателей.

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- В зависимости от вида маркетинга**

Вид спроса	Вид маркетинга	Цель воздействия
Угасающий (малоэффективные ЛП)	Ремаркетинг	Восстановить спрос
Полноценный Стабильный	Поддерживающий	Поддержать спрос

Угасающий спрос. Причинами снижения спроса могут быть: изменение характеристик, моральное старение продукта, появление более эффективных ЛП.

Полноценный (стабильный) спрос. Уровень спроса полностью соответствует предложению.

Классификация спроса на ЛП

Спрос на ЛП классифицируется по признакам:

- В зависимости от вида маркетинга

Вид спроса	Вид маркетинга	Цель воздействия
Чрезмерный Ажиотажный	Демаркетинг	Снизить спрос
Иррациональный (ЛП отриц. действия)	Противодействующий	Свести спрос к нулю

Чрезмерный спрос. Уровень спроса постоянно и значительно выше, чем компания-производитель может удовлетворить. Снижение чрезмерного спроса (например, за счет сокращения мероприятий по стимулированию сбыта).

Иррациональный спрос, наличие которого создает угрозу благосостоянию общества. **Противодействующий маркетинг** осуществляется государством на законодательном уровне (повышение налога, ограничение рекламы рецептурных ЛП)

Направления изучения спроса на ЛП

1. Определение величины спроса на ЛП:

- В зависимости от **генератора** спроса
- По степени **удовлетворения**
- В зависимости от **вида маркетинга**

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов **корреляции**
- С помощью коэффициентов **эластичности**

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов **корреляции**

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов корреляции

№	X – возраст (лет)	Y – потребление ЛП (д.е)	1 Этап		2 Этап	3 Этап
			R _x	R _y	R _x - R _y	(R _x -R _y) ²
1	50	2000	3	3	0	0
2	30	1000	1	1	0	0
3	40	2500	2	4	-2	4
4	70	3000	5	5	0	0
5	60	1500	4	2	2	4
						$\Sigma=8$

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов корреляции

№	X – возраст (лет)	Y – потребление ЛП (д.е)	1 Этап		2 Этап	3 Этап
			Rx	Ry	Rx - Ry	(Rx-Ry)^2
1	50	2000	3	3	0	0
2	30	1000	1	1	0	0
3	40	2500	2	4	-2	4
4	70	3000	5	5	0	0
5	60	1500	4	2	2	4
						$\Sigma=8$

$$R=1-\frac{6*\Sigma(Rx-Ry)^2}{n*(n^2-1)}=1-\frac{6*8}{5*(25-1)}=1-0,4=0,6$$

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов корреляции

$$-1 < R < +1$$

$|R| > \pm 0.6$ Связь тесная

$|R| < \pm 0.3$ Связь слабая

$\pm 0.3 \leq |R| \leq \pm 0.6$ Связь средняя

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов **корреляции**

$$-1 < R < +1$$

$|R| > \pm 0.6$ Связь тесная

$|R| < \pm 0.3$ Связь слабая

$R = 0$ Связь отсутствует; $R = 1$ Связь функциональная
Знак (+ или -) характеризует прямую (+) или обратную (-)
зависимость влияния фактора на величину спроса

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов эластичности

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов **эластичности**

Ценовая эластичность спроса

Степень чувствительности спроса в ответ на изменение цены товара.

Для оценки **степени** ценовой эластичности спроса используют **коэффициент эластичности спроса по цене**

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов эластичности

Коэффициент эластичности спроса по цене

Отношение темпа прироста **результативного признака (спроса)** к темпу прироста формирующего его **фактора (цена)**

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} / \frac{P_2 - P_1}{P_1}$$

Q_1 и Q_2 - начальное и конечное значения результативного признака (**спроса**)

P_1 и P_2 - начальное и конечное значение фактора (**цены**)

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов эластичности

Коэффициент эластичности спроса по цене

Отношение темпа прироста **результативного признака (спроса)** к темпу прироста формирующего его **фактора (цена)**

$$E = \Delta Q / \Delta P$$

ΔQ - процентное изменение **спроса**

ΔP - процентное изменение **цены**

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов **эластичности**

		Пример 1	Пример 2
Уровень цен	P1	100%	100%
	P2	90%	120%
Уровень спроса	Q1	100%	100%
	Q2	130%	90%

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов эластичности

	Пример 1		Пример 2	
Уровень цен	P1	100%		100%
	P2	90%	120%	
Уровень спроса	Q1	100%		100%
	Q2	130%	90%	
$E = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} / \frac{P_2 - P_1}{P_1}$			$1. E = \frac{130-100}{100} / \frac{90-100}{100} = -3,0$	

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов эластичности

	Пример 1		Пример 2	
Уровень цен	P1	100%		100%
	P2	90%	120%	
Уровень спроса	Q1	100%		100%
	Q2	130%	90%	
$E = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} / \frac{P_2 - P_1}{P_1}$			$2. E = \frac{90-100}{100} / \frac{120-100}{100} = -0,5$	

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов эластичности

		Пример 1	Пример 2
Уровень цен	P1	100%	100%
	P2	90% (-10%)	120% (+20%)
Уровень спроса	Q1	100%	100%
	Q2	130% (+30%)	90% (-10%)

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

- С помощью коэффициентов эластичности

	Пример 1		Пример 2	
Уровень цен	P1	100%	100%	
	P2	90% (-10%)	120% (+20%)	
Уровень спроса	Q1	100%	100%	
	Q2	130% (+30%)	90% (-10%)	

$$E = \Delta Q / \Delta P = (+30\%) / (-10\%) = - 3,0$$

$$E = \Delta Q / \Delta P = (-10\%) / (+20\%) = - 0,5$$

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

Коэффициент **ценовой эластичности спроса** характеризует **обратную зависимость спроса от цены (отрицательная величина)**

В соответствии с **законом спроса** при прочих равных условиях для большинства товаров (кроме дефицитных, престижных или новых) характерно **снижение спроса при росте цены на товар**

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

При $| \text{КцЭ} | > 1$ спрос - эластичный

Существенно **изменяется** при **незначительном** колебании цены (Спрос изменяется **больше**, чем цена)

$$E = \Delta Q / \Delta P = (+30\%) / (-10\%) = - 3,0$$

При $| \text{КцЭ} | < 1$ спрос – неэластичный

Существенно **НЕ** изменяется при **незначительном** колебании цены (Спрос изменяется **меньше**, чем цена)

$$E = \Delta Q / \Delta P = (-10\%) / (+20\%) = - 0,5$$

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

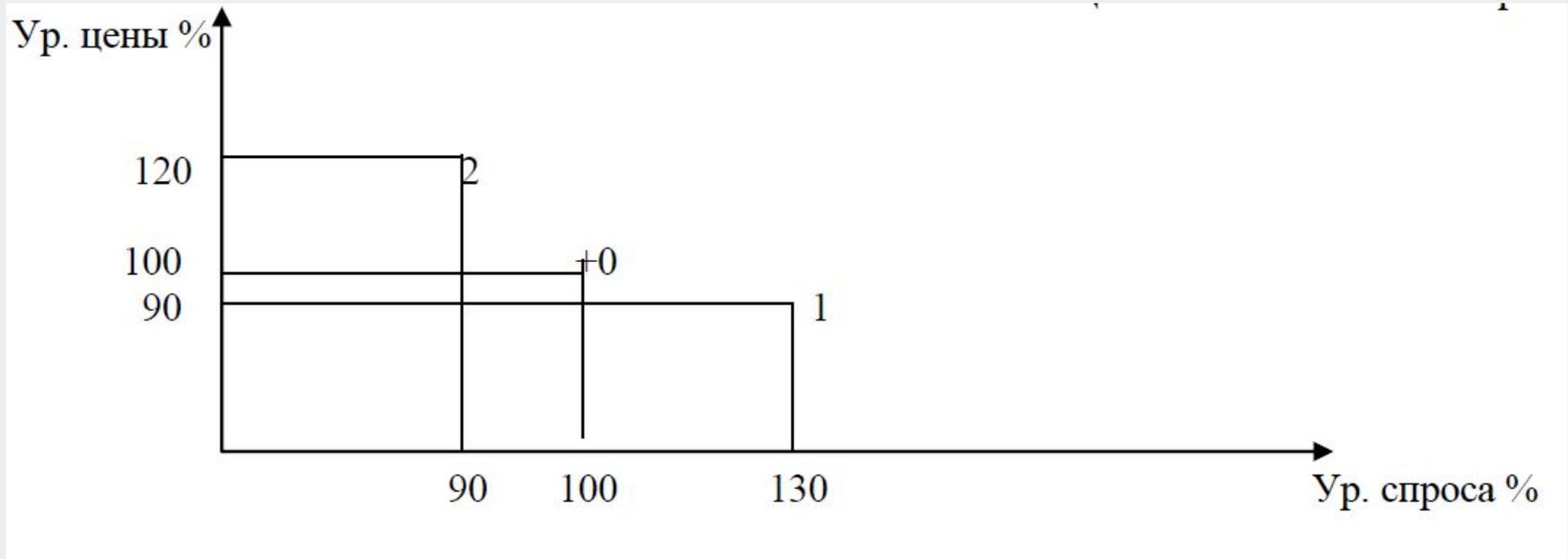
Ценовую эластичность спроса важно учитывать при принятии решения об изменении цены на ЛП.

Располагая данными о **степени** ценовой эластичности, аптечная организация должна принимать в расчет, что:

- При **эластичном спросе** рост цены на конкретный ЛП будет сопровождаться снижением спроса на него (объема продаж) и уменьшением выручки
- При **неэластичном спросе** незначительное увеличение цены на конкретный ЛП **не окажет существенного влияния** на изменение величины выручки

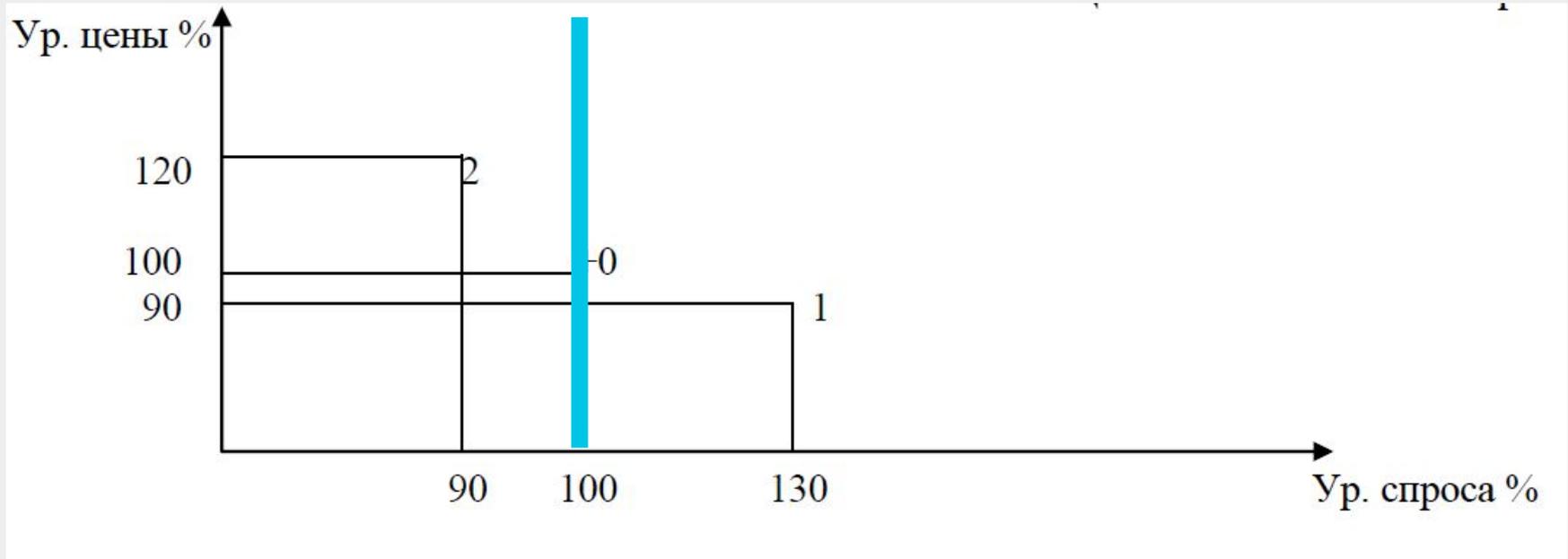
Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:



Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

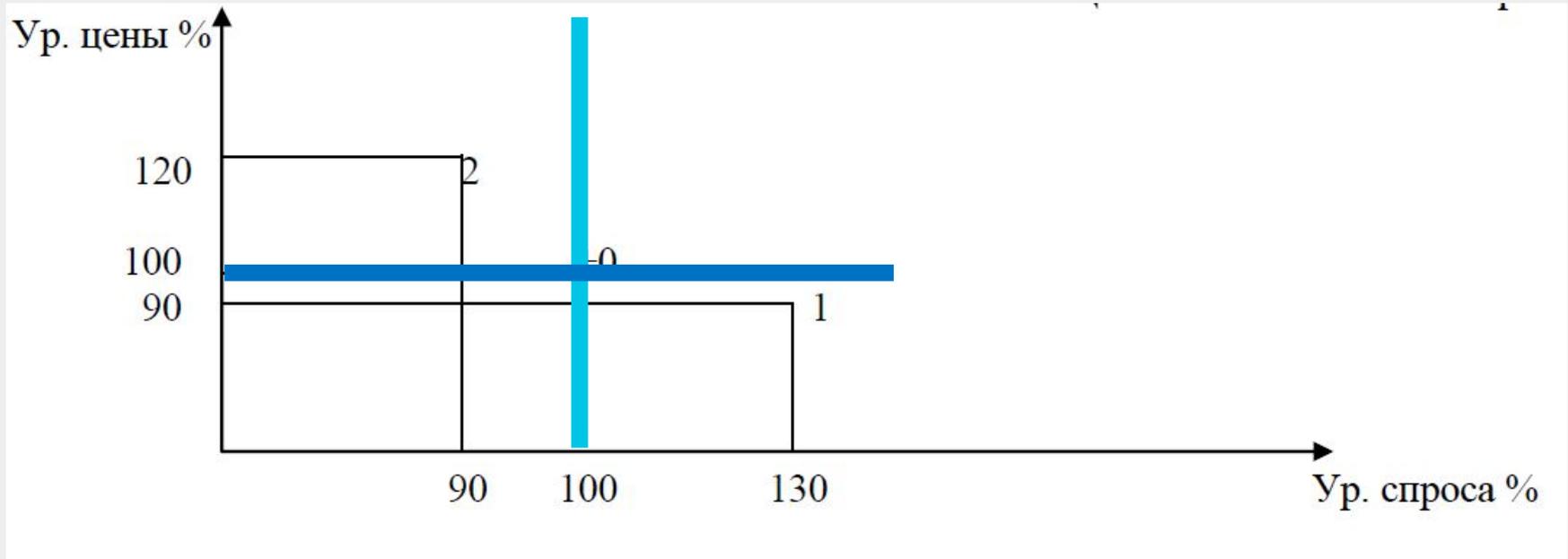


Спрос абсолютно (совершенно) **неэластичен**

Любое изменение цены не отражается на изменении величины спроса.

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

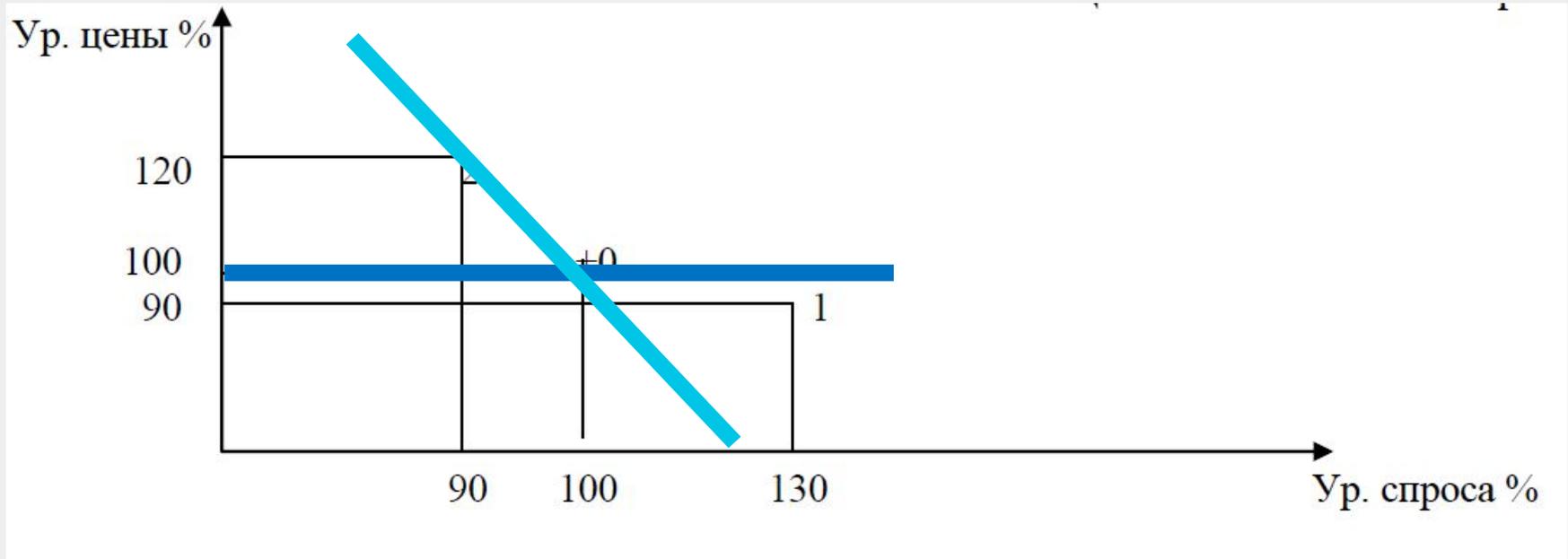


Спрос абсолютно (совершенно) **неэластичен**

Спрос абсолютно (совершенно) **эластичен** (Спрос изменяется без изменения цены)

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

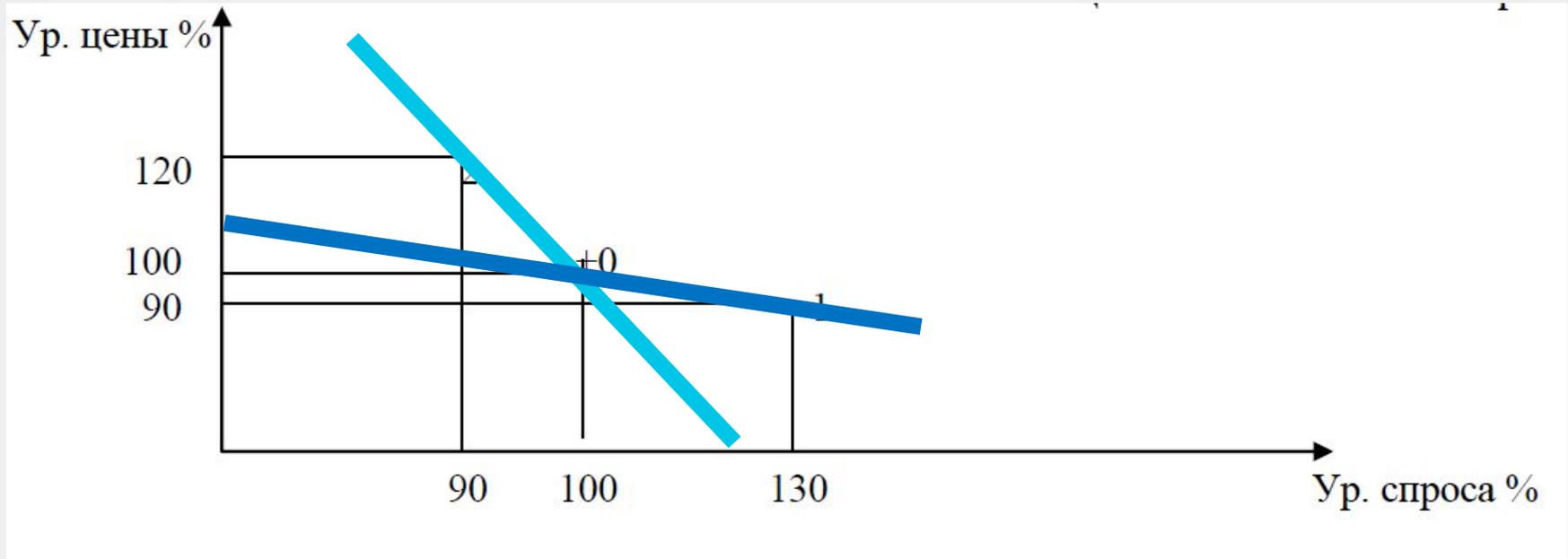


$E = (-10\%) / (+20\%) = -0,5$ Спрос неэластичен

Спрос абсолютно (совершенно) **эластичен** (Спрос изменяется без изменения цены)

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:



$E = (-10\%) / (+20\%) = -0,5$ Спрос неэластичен

$E = (+30\%) / (-10\%) = -3,0$ Спрос эластичен (Спрос изменяется без изменения цены)

Направления изучения спроса на ЛП

2. Определение факторов спроса на ЛП:

Спрос на один и тот же товар, но у разных категорий потребителей может быть как эластичным, так и неэластичным по цене

При формировании своей ценовой политики аптечная организация должна учитывать какие сегменты потребителей в зависимости от ценовой ориентации она обслуживает

Направления изучения спроса на ЛП

Категории потребителей (ценовой маркетинг)

Направления изучения спроса на ЛП

Категории потребителей (ценовой маркетинг)

Апатичные покупатели

Основное внимание уделяют удобству и комфорту вне зависимости от цен (в разумных пределах), формируют устойчивый **неэластичный спрос**

Доход – выше среднего, чувствительность к цене – отсутствует
(Аптека-лакшери)

Направления изучения спроса на ЛП

Категории потребителей (ценовой маркетинг)

Экономные покупатели

Имеют высокую чувствительность к цене, формируют устойчивый **эластичный спрос**

Доход – низкий, чувствительность к цене – очень высокая

(Социальная аптека)

Направления изучения спроса на ЛП

Категории потребителей (ценовой маркетинг)

Этичные покупатели

Готовы пожертвовать низкими ценами для поддержания небольших фирм и формируют, как правило, **неэластичный спрос, но менее выраженный**, чем апатичные покупатели

Доход – средний, чувствительность к цене – низкая

Направления изучения спроса на ЛП

Категории потребителей (ценовой маркетинг)

Персонифицированные покупатели

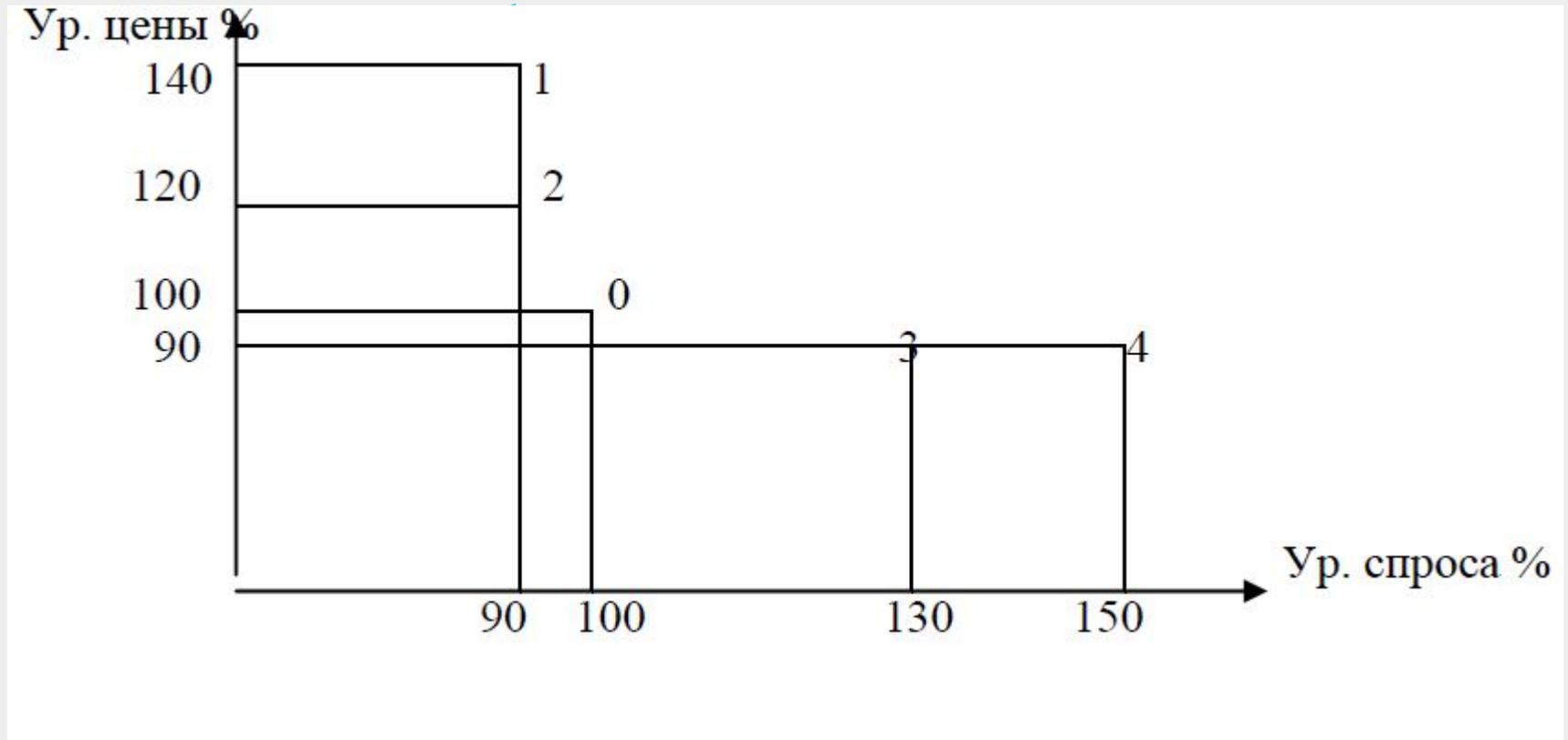
Более чутко реагируют на образ товара, обслуживание и отношение к себе продавца и меньше, чем экономные покупатели, уделяют внимания ценам, формируют

эластичный спрос слабо выраженный

Доход – ниже среднего, чувствительность к цене – высокая

Направления изучения спроса на ЛП

Категории потребителей (ценовой маркетинг)



Этичные покупатели (слабый неэластичный)

Персонифицированные покупатели (слабый эластичный)

Уважаемые студенты!

Спасибо за работу

Лобутева

Людмила Александровна