

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

РЫНОЧНЫЙ СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ЛЕКАРСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА



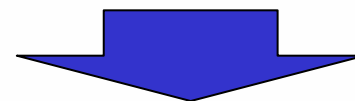
План

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*

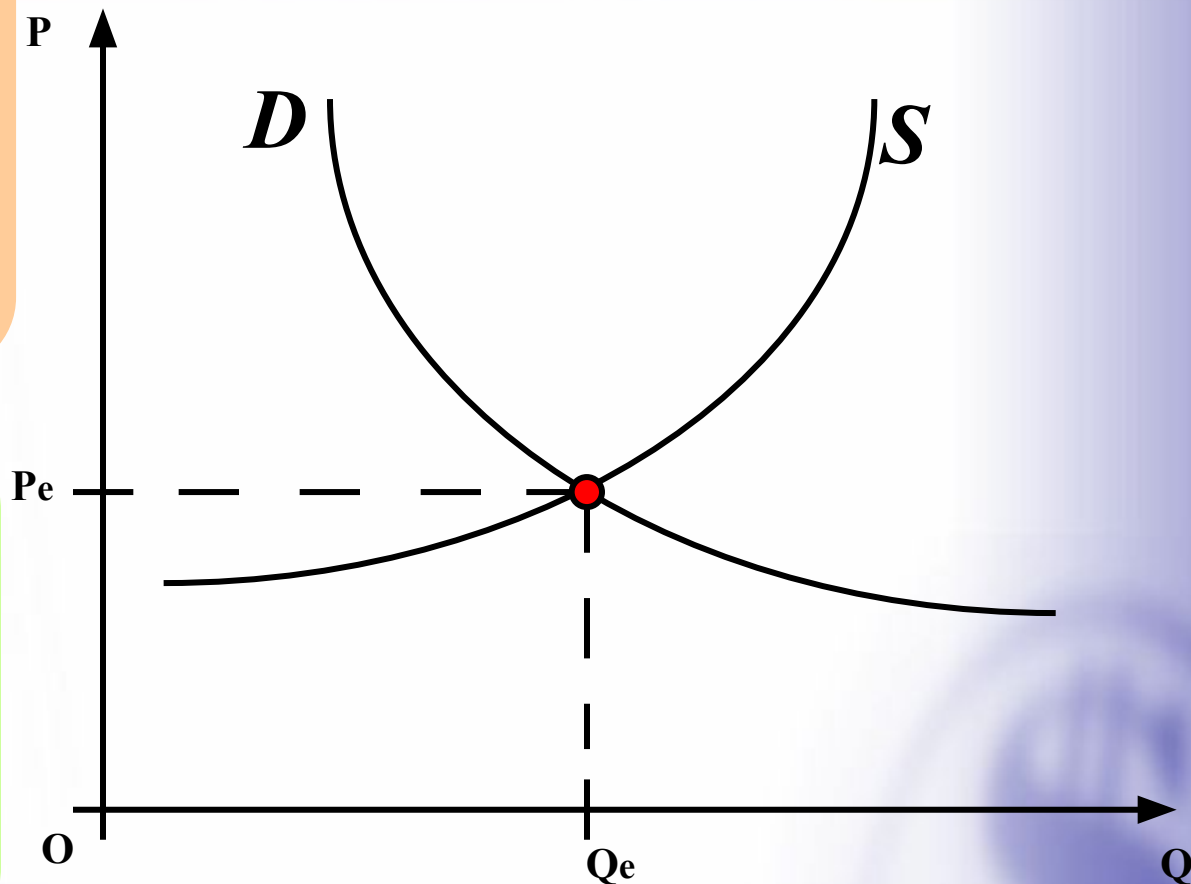
**Когда растёт цена,
предложение тоже растёт.**

Равновесие на рынке

$$Q_d = Q_s$$

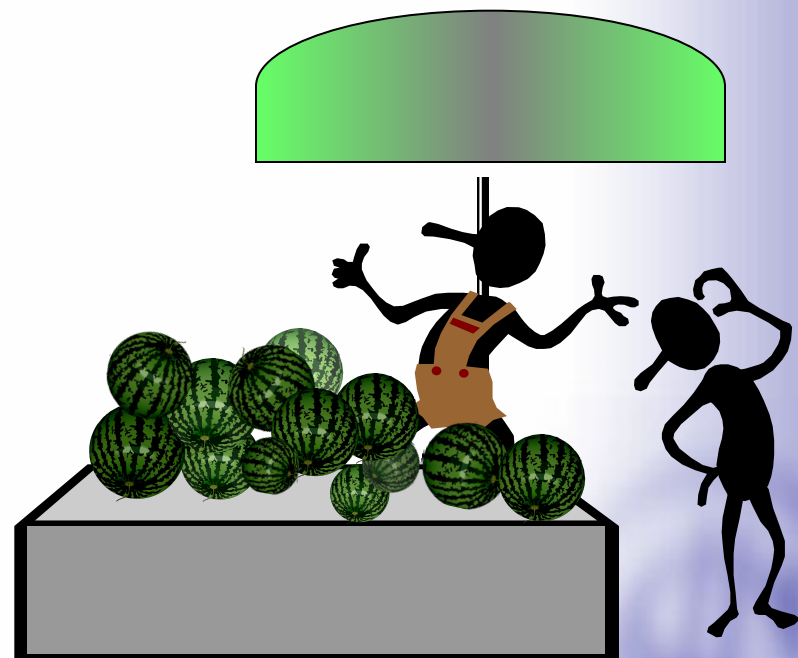
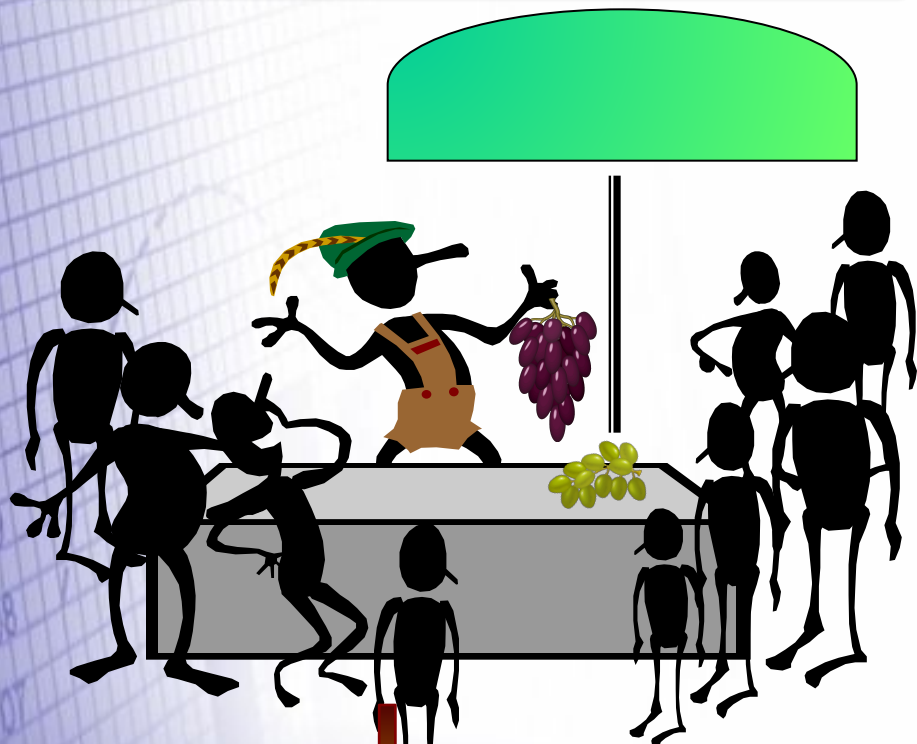
Равновесная цена
(P_e) - цена, при которой объем спроса равен объему предложения

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

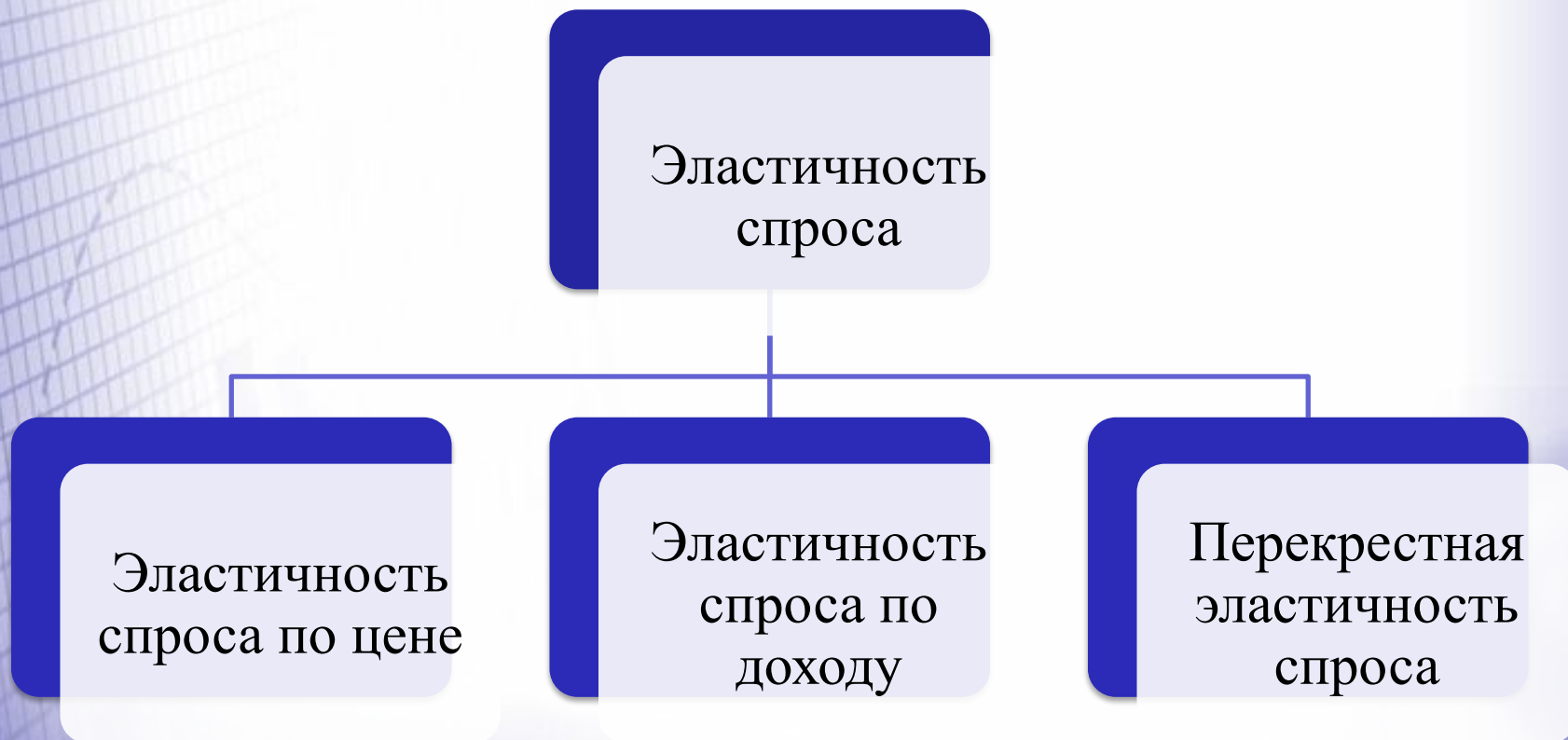
Эластичность означает степень чувствительности изменений одной величины на изменение другой величины

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.



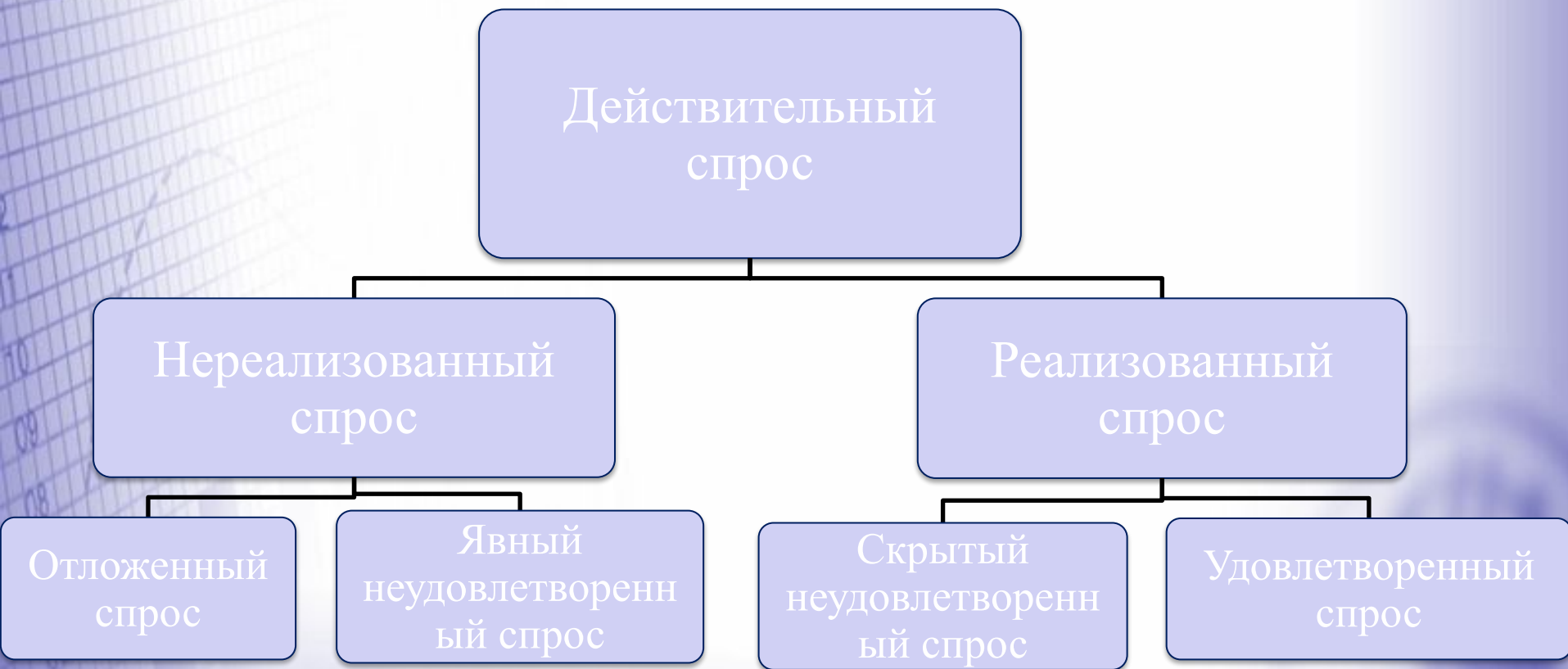
Эластичность спроса



Виды спроса

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

Виды платежеспособного спроса



При изучении спроса на лекарственные препараты принято различать

**Реализованный
спрос**

• спрос на
лекар-
ства,
которые
когда-то
были
проданы

**Неудовлетво-
ренный спрос**

• спрос на
лекар-
ства,
которые
не были
проданы
в аптеку

**Формирующий-ся
спрос**

• спрос на
лекар-
ства,
которые
еще не
сформиро-
ваны

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

количественных
в
предпочтений
их
потребительск
или
полезности
функции
определения

хих
несколь
в
действи
случае
яют 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