

ИЗУЧЕНИЕ ВЛИЯНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РАБОТУ АПТЕЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Шерхонов А.

Национальный фармацевтический университет, Харьков, Украина

Таджикистан

fmm@nuph.edu.ua

Микросреда фармацевтических организаций является средой прямого воздействия, которая включает такие факторы – потребители, поставщики, конкуренты, контактные аудитории, которые непосредственно влияют на деятельность организации и сами испытывают прямое влияние ее деятельности. Действие факторов микросреды необходимо постоянно прогнозировать и учитывать.

Целью данной работы является изучение влияния потребителей на работу аптечных предприятий.

На фармацевтическом рынке потребители делятся на следующие виды: организации-потребители, то есть лечебно-профилактические учреждения (ЛПУ) и другие организации, и конечные (индивидуальные) потребители. В последние годы в ЛПУ наблюдается значительное снижение больничных коек с 135,2 в 1991 году до 95,1 на 10 тыс. населения в 2016 году, что, с одной стороны, уменьшает нагрузку на государственный бюджет, а с другой – ограничивает доступность квалифицированной и специализированной медицинской помощи сельскому населению. К конечным потребителям лекарственных средств относится практически все население страны.

Современное состояние здоровья населения характеризуется следующими тенденциями: растет распространенность и первичная заболеваемость в большинстве классов болезней; доминирующее место в структуре распространенности и заболеваемости занимают хронические неинфекционные заболевания – болезни органов дыхания (13 671 тыс. впервые зарегистрированных случаев заболеваний в 2016 году), болезни системы кровообращения (2478 тыс.), болезни мочеполовой системы (2136 тыс.); также растет распространенность и заболеваемость социально-обусловленных болезней: ВИЧ-инфекции, туберкулеза, наркомании, злокачественных новообразований, алкогольных психозов.

В ходе исследования было установлено методом экспертного опроса провизоров, что аптечным предприятиям необходимо тщательно изучать потребности своих потребителей, ведь максимальное удовлетворение потребностей целевой группы потребителей – это конечная цель аптечного учреждения с маркетинговой ориентацией.

Таким образом, проведено изучение влияния потребителей на работу аптечных предприятий.