

ИЗУЧЕНИЕ АСПЕКТОВ ВОСПРИНИМАЕМОГО КАЧЕСТВА ГЕПАТОТРОПНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ НА УКРАИНСКОМ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Муса Истанис Марвек Медхат, Малый В. В.

Национальный фармацевтический университет, г. Харьков

На сегодняшний день на фармацевтическом рынке Украины представлены более 40 торговых наименований гепатопротекторов 33 компаний производителей (97 лекарственных средств (ЛС) с учетом различных лекарственных форм, дозировок и видов упаковки), что обуславливает высокий уровень и остроту конкурентной борьбы. Разработка и воплощение эффективных конкурентных стратегий фармацевтических компаний по формированию рыночного потенциала гепатотропных ЛС становится возможным благодаря проведению детального конкурентного анализа, позволяющего определять круг основных конкурентов и выбирать средства конкурентной борьбы. Критериями, на основании которых производитель ЛС может строить собственные конкурентные преимущества, могут выступать ассортимент, особенности позиционирования, каналы товародвижения и средства продвижения, целевые группы потребителей, качество продукции, цена.

Популярным рыночным критерием стратегического конкурентного позиционирования фирм-производителей и торговых марок ЛС, наряду с ценой, является имидж (воспринимаемое качество ЛС).

Цель нашей работы - оценка уровня воспринимаемого качества гепатотропных ЛС на украинском фармацевтическом рынке.

По результатам анкетного опроса провизоров и фармацевтов аптек нами установлено, что наибольшим доверием (уровнем воспринимаемого качества) среди респондентов пользуются производители гепатопротекторов из Германии (92,6%), Франции (48,3%), Великобритании (34,9%), Словении (27,5%), Болгарии (26,8%). Украинские производители занимают в этом рейтинге седьмую позицию (только 16,8% респондентов, считают, что они способны обеспечить наивысшее качество гепатопротекторов). Рассчитанный по результатам анкетного опроса коэффициент корреляции Спирмена для рангов интенсивности продвижения и воспринимаемого качества составляет 0,9855, а для уровня спроса и уровня воспринимаемого качества - 0,9612, а что свидетельствует о сильной корреляции данных показателей.

На основе анкетного опроса потребителей гепатопротекторов в г. Харьков нами были изучены предпочтения потребителей в отношении стран-производителей гепатопротекторов. 33,5% респондентов ответили, что не видят значимой разницы между странами-производителями или не имеют каких-либо предпочтений. Остальные потребители указали от одной до шести стран-производителей (в среднем, по две-три страны), которые, по их мнению, способны обеспечить наивысшее качество гепатопротекторов. В рейтинге стран-производителей по воспринимаемому качеству гепатопротекторов по оценкам потребителей также лидирует Германия (44,3% респондентов считают, что немецкие производители способны обеспечить наивысшее качество гепатопротекторов.). Уровень доверия потребителей к украинским компаниям-производителям гепатопротекторов, который занимает вторую позицию (17,1% респондентов), значительно уступает стране-лидеру, но, в то же время, является достаточно высоким по сравнению с такими развитыми странами, как Франция (14,6%), США (14,6%), Израиль (13,9%), Канада (13,3%), Великобритания (12,0%) и Австрия (10,1%).

Выводы: выявлены различия в оценке воспринимаемого качества и предпочтениях провизоров и фармацевтов, а также конечных потребителей в отношении стран-производителей гепатопротекторов; показана взаимосвязь воспринимаемого качества, уровня спроса и интенсивности продвижения гепатопротекторов.