

УДК 615.24:615.12: 339.133.017

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ В ГАСТРОЕНТЕРОЛОГІЇ

Н.О.Пузак, Н.В.Жадан

Національна фармацевтична академія України

В умовах перехідного періоду розвитку економіки України виникає ринковий простір, що вимагає досконалого вивчення з точки зору комплексу маркетингу. Україна на сучасному етапі дуже приваблює іноземні фармацевтичні фірми, які зацікавлені у розширенні ринків збуту. Вирішення проблеми забезпечення населення лікарськими засобами потребує комплексного підходу, в основі якого все більшого значення набувають методи економічного аналізу. Названі методи використовуються для прогнозування виробництва і збуту фармацевтичної продукції, розрахунку ефективності структури асортименту та реалізації окремих груп препаратів [1, 2].

Захворювання органів травлення відносяться до ряду найбільш розповсюджених патологій внутрішніх органів. В Україні вони складають 5-7% від загальної кількості захворювань, а в окремих районах і вище. Переважна більшість названих хворих потребує тривалої комплексної медикаментозної терапії, ефективність якої варіює залежно від умов раціонального прийому лікарських засобів [3].

Враховуючи актуальність проблеми, метою наших досліджень був аналіз фармацевтичного ринку України, вивчення ефективності і частоти призначень гастроентерологічних препаратів для лікування виразки шлунку і 12-палої кишки, встановлення нормативів використання лікарських засобів для лікування профільних хворих. Для розвитку сумісної діяльності з закордонними фірмами можна використовувати різні шляхи. Та найбільш прибутковий шлях це спільна розробка препаратів, а також маркетингове просування їх на ринку України.

З аналізу наукової літератури ми дійшли висновку, що питома вага гастроентерологічних препаратів, що виробляються за кордоном і застосовуються в Україні становить 61,8%, а вітчизняних — 38,2%. Об'єктами наших досліджень було ви-

бране профільне лікувально-профілактичне відділення (м. Харків). Встановлено, що в структурі захворюваності провідне місце займає виразка шлунку та дванадцятипалої кишки (38%). Середній ліжко-день складає 17 днів. Нами розраховано нормативи використання лікарських засобів для лікування виразки шлунку та дванадцятипалої кишки для 19 найменувань та вартість лікування хворих у залежності від фінансового стану пацієнта.

На основі розробленої анкети проведено експертну оцінку лікарів гастроентерологів і узагальнені дані покладено в основу ранжування досліджуваного переліку лікарських засобів за нормативами використання, інтенсивністю призначення, ефективністю та перспективністю використання. Наведені розрахунки рекомендовано для визначення товарної політики фірм-посередників, визначення конкурентоспроможності фірм-виробників та їх продукції на ринку України, а також планування бюджетних асигнувань профільних лікувально-профілактичних засобів.

ВИСНОВКИ

1. В ході досліджень встановлено, що асортимент гастроентерологічних лікарських засобів на ринку України становить 435 торгових найменувань і 70 брендів.

2. Аналіз експертних оцінок лікарів-гастроентерологів показав, що високу ефективність і частоту призначень мають препарати: омепразол, де-нол, вікалін, амоксицилін, трихопол, метрогіл.

3. Проведене ранжування показало найбільшу відповідність рангів у таких препаратів: де-нол, оmez, метрогіл, вікалін.

4. Розрахована вартість лікування хворих на виразку шлунку та 12-палої кишки у залежності від фінансового стану пацієнта і вона становить для: малозабезпечених — 25,05 грн., середньозабезпечених — 63,76 грн., забезпечених — 166,76 грн.

ЛІТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. *Основи маркетинга. Перевод с англ.* — М.: Прогресс, 1990. — 736 с.
2. *Маркетинг.* — К.: Украина, 1995. — 399 с.
3. Мнушко З.Н., Грекова А.А. // *Провизор.* — 2000. — № 5. — С. 12-14.