

## **Визначення потреби в лікарських препаратах на прикладі міорелаксантів**

*Дяченко Т.О., здобувач вищої освіти 5 курсу спеціальності «Фармація»  
Національного фармацевтичного університету  
fmm@niph.edu.ua*

Визначення потреби в лікарських засобах наразі має велике значення, тому що, базуючись на цій інформації, приймається багато управлінських та законодавчих рішень: формування переліків життєво важливих лікарських засобів, перелік критичних імпортованих препаратів, рішення щодо інвестицій у фармацевтичне виробництво тощо; а також планування аптечного асортименту окремих підприємств.

Метою даної роботи було визначення потреби в лікарських препаратах на прикладі міорелаксантів.

При прогнозуванні потреби в медикаментах використовуються різні методи. Серед них розрізняють: нормативний метод (протитуберкульозні, протипухлинні, протидіабетичні, лікарські препарати для лікування венеричних захворювань); економіко-математичні методи; за допомогою методів математичної статистики здійснюється моделювання споживання з урахуванням різних факторів; методи прогнозування на базі однофакторних (одновимірних) моделей (екстраполяція тенденції – на базі методу найменших квадратів та експоненціальне згладжування – базується на припущенні, що тенденція зміни споживання, встановлена в минулому, зберігається на певному відрізку часу в майбутньому).

У медицині досить часто бувають ситуації, коли необхідно розслабити м'язові волокна. Для цих цілей застосовують міорелаксанти. Препарати, введені в організм, блокують нейром'язові імпульси, і попереочносмугаста мускулатура розслабляється. Міорелаксанти поділяють на препарати периферичної та центральної дії, вони мають різний за тривалістю вплив: ультракороткої, короткої, середньої та тривалої дії. В кожному конкретному випадку лікар призначає відповідний препарат. Міорелаксанти відносяться до групи рецептурного відпуску.

Встановлено, що переважна більшість відвідувачів аптеки обрала Мідокалм амп. 1 мл № 5 – 46 упаковок за рік. Тому доцільно прогнозувати підвищений попит саме на цей лікарський препарат в порівнянні з іншими та враховувати це при формуванні аптечного асортименту. Найменшим попитом користувався препарат Міорікс 15 мг № 14 – 1 упаковка за рік, тож потрібно поставити питання щодо доцільності наявності його в асортименті аптеки. Вартість міорелаксанту, в більшості звернень, не є вирішальним критерієм вибору препарату, тому в асортименті потрібно мати лікарські препарати різного цінового діапазону, вітчизняних та зарубіжних виробників.

На дану групу лікарських препаратів сформувався повноцінний вид попиту, який розуміє під собою задоволення власним торговим рухом. У цьому випадку, задача маркетингу – підтримувати існуючий рівень попиту.