

4. <http://medi.ru/DOC/001fungi.htm>

**Abstract.** *The article presents an analysis of the range of drugs venotonic, the basic characteristics of the new dosage form and proved the optimal composition of the gel on a dry extract of arnica and dry extract of chestnut.*

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА СИРИИ НА ПРИМЕРЕ АНТИГИСТАМИННЫХ ПРЕПАРАТОВ**

Алсалим Ахмад, Ольховская А.Б.

Фармацевтическая фирма «Group Allenssan Medical», г. Дамаск, Сирия

Национальный фармацевтический университет, г. Харьков, Украина

[ahmadalsalem@mail.ru](mailto:ahmadalsalem@mail.ru)

В настоящее время аллергические заболевания представляет собой глобальную медико-социальную проблему цивилизации. Распространенность ее во всем мире растет с каждым годом и примерно каждые 10 лет удваивается. По данным Всемирной организации здоровья аллергия занимает 3-е место по уровню заболеваемости среди других нозологий. Если сохранится такая тенденция, то к 2015 году половина жителей Европейского континента ощутит на себе влияние этой патологии. Согласно данным мировой статистики, аллергические заболевания охватывают в среднем около 10% населения земного шара.

Целью работы являются маркетинговые исследования сирийского фармацевтического рынка на примере антигистаминных лекарственных препаратов для системного применения.

Установлено, что в Сирии зарегистрировано 78 препаратов антиаллергического действия. Широко представлены на сирийском рынке препараты лоратадина отечественного и зарубежного производства. Препараты лоратадина на фармацевтическом рынке Сирии представлены 13 отечественными и 5 зарубежными производителями. Среди сирийских предприятий производителей лоратадина – Хамалая, Шарк, Аламия, Эбен Сина, Эбен Зухор; среди зарубежных – RANBAXY, Индия, Шеринг-Плау Лабо Н. В., Бельгия, Нехал АГ, Германия, Кадила Хелткер Лтд, Индия, Шрея Лайф Саенсиз Пвт.Лтд., Индия. Лекарственные препараты исследуемой группы представлены на рынках, в основном, в виде таблеток.

Важным направлением деятельности фармацевтических организаций является обоснование своей маркетинговой программы, которая базируется на проведении комплексной экспертной оценки лекарственных препаратов. Была проведена экспертная оценка антигистаминных лекарственных средств. Исследования проводились в г. Дамаске. Экспертам (провизорам и врачам, среди которых 46% получили медицинское и фармацевтическое образование соответственно в странах бывшего СССР) предлагалось оценить эффективность препаратов, спрос на препараты исследуемой группы, степень обеспеченности аптек Сирии антигистаминными лекарственными препаратами. В результате проведенного анализа установлено, что наиболее эффективными, по мнению сирийских экспертов, являются лекарственные препараты лоратадина: лортин, калдексин, кларитин, лостамин, лора, кларамикс. Наибольшим спросом на сирийском рынке антигистаминных лекарственных препаратов пользуются: лортин, калдексин, кларитин, лостамин, лора, кларамикс, прометазин, промет 50.

На следующем этапе проанализирована степень обеспеченности аптек антигистаминными лекарственными препаратами. Данные свидетельствуют о высокой обеспеченности аптек такими антигистаминными лекарственными препаратами: лортин «Аламия», кларитин «Хамалая», лора «ШахБаа», кларамикс «Мустакбал», прометазин «Эбен Эль Хаесм», промет 50 «Эбен Хаян». Обобщение разносторонних экспертных оценок лекарственных препаратов позволяет объективно определить тенденции спроса на препараты, в связи с чем, проведено согласование полученных

данных с использованием шкал соответствия терапевтической эффективности, спроса и обеспеченности препаратами. Так, например, высокоэффективные препараты, по оценкам экспертов, калдексин, промет 50 занимает по уровню спроса 1 ранг, а по степени обеспеченности 3 ранг. Это говорит о недостаточном поступлении этого препарата в аптечную сеть.

На следующем этапе проанализированы предпочтения врачей-специалистов при назначении больным антигистаминных препаратов. Полученные результаты свидетельствуют, что чаще всего сирийские врачи отдают предпочтение лекарственным препаратам – лортин «Аламия» Сирия, калдексин «Хамалая» Сирия. При выборе препаратов специалисты руководствуются, прежде всего, эффективностью (90%) и безопасностью (84%) препарата.

Значимость потребителя и успех работы с ним постоянно растет для каждого предприятия. Фармацевтические организации должны уметь формировать и поддерживать спрос на свою продукцию и услуги. Было проведено исследование поведения потребителей антигистаминных препаратов. Респондентами выступали покупатели аптек и больные Клинического госпиталя № 3 г. Дамаск. Установлено, что потребители чаще всего приобретают лекарственные препараты по рекомендации врача и провизора. При выборе лекарственных препаратов потребители руководствуются их эффективностью, безопасностью и ценой. Наиболее оптимальной лекарственной формой для 67,4% потребителей являются таблетки. Также была проведена оценка степени удовлетворения потребителей результатом применения антигистаминных препаратов по 5-ти бальной шкале. 49,4% опрошенных удовлетворены результатом применения препаратов исследуемой группы на 4 балла, 23,1% – на 5 баллов. В основном, потребители прибегают к применению антигистаминных препаратов 2-3 раза в год.

На заключительном этапе нами проведено прогнозирование объема продаж на примере антигистаминных лекарственных препаратов, которые пользуются наибольшим спросом у потребителей на уровне страны. Полученные результаты свидетельствуют о стабильной тенденции к повышению объемов продаж препаратов исследуемой группы в Сирии.

Таким образом, полученные результаты стали основой для формирования оптимального ассортимента антигистаминных лекарственных препаратов фармацевтической фирмой «Group Allenssan Medical» г. Дамаск.

## **ВИБІР СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗАЛЕЖНО ВІД СТАНУ ПОПИТУ НА ПРОМИСЛОВОМУ РИНКУ**

Шепель Я.О., Палехова Л.Л.

ДВНЗ «Національний гірничий університет», м. Дніпропетровськ, Україна

shepelyana-mask@mail.ru

В умовах глобалізації товарно-обмінних відносин переважна більшість невеликих виробників опинилися у стані економічної кризи, оскільки не мають гнучкої ринкової стратегії, що враховує динамічність ринкових умов, та визначення певних маркетингових дій при різних рівнях попиту на цільових ринках. Зрозуміло, що кожне виробниче підприємство має досить статичні характеристики ресурсних можливостей і для кожного з них повинні бути обрані свої стратегії розвитку, що враховують взаємодію зовнішнього та внутрішнього середовища.

Тобто підприємствам необхідна відповідна стратегія розвитку, яка б враховувала та підтримувала баланс пропозиції підприємства та попиту цільової аудиторії. Наступна стаття присвячена розгляду можливих стратегій розвитку залежно від стану ринкового попиту, що вивчалися на прикладі невеликого виробничого підприємства ПП «Профіль Плейт».