

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ОРОМУКОЗНИХ ЛІКІВ ЯК ПОШУКОВИЙ АСПЕКТ ДО НОВОЇ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ РОЗРОБКИ

Чіхладзе К. А., Шульга Л. І., Пімінов О. Ф.

Інститут підвищення кваліфікації спеціалістів фармації

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

farmtex-ipksf@ukrfa.kharkov.ua

Беручи до уваги тенденції сьогодення до зростання кількості зареєстрованих лікарських препаратів (ЛП) для терапії різноманітних захворювань на вітчизняному фармацевтичному ринку, при плануванні нових досліджень зі створення сучасних ЛП для стоматології одним з етапів є проведення маркетингового аналізу. Для розуміння актуальності розробки нового оромукозного препарату необхідно дослідження ринку оромукозних лікарських засобів (ЛЗ).

Заплановано вивчення сегменту оромукозних ЛП, представлених на сучасному фармацевтичному ринку України для застосування у стоматологічній практиці при запальних захворюваннях пародонта та слизової оболонки порожнини рота у вигляді твердих лікарських форм, а саме: таблеток, ледяників та пастилок.

Для дослідження були обрані ЛЗ з наступних груп згідно АТС-класифікації: А 01 А – засоби для застосування у стоматології; R 02 А – засоби, що застосовуються при захворюваннях горла та D 08 – антисептичні та дезінфікуючі засоби. Досліджувані ЛП планується розглянути з позиції країни-виробника, кількості компонентів та походження діючих речовин.

На підставі результатів маркетингового дослідження з визначення виробника ЛП, походження активних інгредієнтів, насиченості вітчизняного ринку ЛЗ для терапії запальних захворювань пародонта твердими лікарськими формами, буде сформовано уявлення про доцільність нової фармацевтичної розробки твердого оромукозного ЛЗ.