

**Дослідження динаміки продажів вакцин, що використовуються для проведення
планових щеплень дітей в Україні**

Котвіцька А.А., Кононенко О.В.

Кафедра соціальної фармації

Національний фармацевтичний університет,

м. Харків, Україна

socpharm@nuph.edu.ua

Стрімкий розвиток біотехнологічної галузі на сучасному етапі надає можливість постійного винайдення нових вакцин та вдосконалення уже існуючих. Арсенал вакцин і перелік захворювань, які можна попередити за допомогою вакцинації, збільшуються щороку. Однак, експерти ВООЗ наголошують на зростанні захворюваності саме з тих нозологій, вакцини проти яких існують уже давно, а принципи проведення планових щеплень закладені в національних програмах імунізації. В Україні до зазначених інфекційних захворювань належать *дифтерія, кашлюк, кір, поліомієліт, правець, туберкульоз, краснуха, епідемічний паротит, гепатит В та гемофільна інфекція*. Порядок проведення планових щеплень дітей проти наведених нозологій визначено Національним календарем профілактичних щеплень, а забезпечення вакцинами передбачено за рахунок державного бюджету.

Метою роботи стало дослідження динаміки продажів вакцин, що використовуються для проведення планових щеплень дітей, у грошових та натуральних показниках протягом 2009-2013 рр. з використанням даних інформаційно-пошукової системи «Моріон».

Виходячи з результатів дослідження встановлено, що ринок вакцин протягом аналізованого періоду формувався здебільшого за рахунок іноземних країн-виробників, до яких належать Франція, Великобританія, Росія та Індія. Провідні місця за обсягом продажів як у натуральних, так і в грошових показниках належать Франції та Великобританії, ринкова частка яких характеризується тенденцією до щорічного зростання. Так, частка продажів вакцин французького виробництва в загальній структурі продажів зазначеної групи препаратів у період 2009-2013 рр. зросла в 119,8 разів у натуральному виразі та в 75 разів – в грошовому.

Показники продажів англійського виробника зросли в 14,4 рази та в 15,1 разів у натуральному та грошовому показниках відповідно.

На жаль, на відміну від іноземних препаратів, показники продажів вітчизняних вакцин мають негативну тенденцію до зниження. Зокрема, величина продажів у грошових показниках знизилася у 44,3 рази, а в натуральних – у 42,7 раз відповідно. В таблиці наведено розраховані коефіцієнти приросту продажів вакцин українського виробництва та

країн-виробників, що займають найбільшу ринкову частку в Україні, протягом 2009-2013 рр. [1, 3].

Таблиця

Аналіз динаміки продажів вакцин у грошових і натуральних показниках на фармацевтичному ринку України протягом 2010-2013 рр.

		Україна	Франція	Великобританія
2010 рік	К _{пр.} натур.	+0,35	-0,25	+0,07
	К _{пр.} грош.	-0,04	-0,14	+0,72
2011 рік	К _{пр.} натур.	+0,91	-0,23	-0,08
	К _{пр.} грош.	+1,32	-0,44	+0,14
2012 рік	К _{пр.} натур.	+1,72	+76,1	+9,79
	К _{пр.} грош.	+1,85	+88,89	+4,47
2013 рік	К _{пр.} натур.	-0,99	+1,70	+0,36
	К _{пр.} грош.	-0,99	+0,74	+0,42

Слід зазначити, що вітчизняним виробником на фармацевтичний ринок постачаються такі імунобіологічні препарати, як *Дифтерійний анатоксин, Правцевий анатоксин, Правцевий анатоксин в комбінації з дифтерійним анатоксином, Вакцина для профілактики дифтерії, правця і кашлюку та Вакцина для профілактики гепатиту В*. Зменшення ринкової частки вакцин українського виробництва призводить до необхідності закуповувати більш високовартісні іноземні аналоги, що в умовах дефіциту бюджетного фінансування на сьогодні, ще більше загострює ситуацію щодо низького рівня охоплення плановими профілактичними щепленнями дитячого контингенту населення [2].

Таким чином, на сьогодні виникає гостра необхідність пошуку нових науково обґрунтованих шляхів удосконалення забезпечення вакцинами населення для проведення планових профілактичних щеплень.

Література:

1. Бодак В.М. Методичні підходи до маркетингових досліджень ринку лікарських засобів органами виконавчої влади у сфері охорони здоров'я / Бодак В.М. // Україна. Здоров'я нації. – 2010. – № 4 (16). – С. 72–77.
2. Котвіцька А.А., Кононенко О.В.// Матеріали II міжн. наук.-практ. Internet-конф. «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики». – Харків.: Вид-во НФаУ, 2014. – С. 245 - 246.
3. Мнушко З.Н. Теория и практика маркетинговых исследований в фармации / З.Н.Мнушко, И.В.Пестун. – Харьков: изд. НФаУ, 2008. – С. 15-22.