

- спонуканням до зворотного реагування;
- найбільшою вартістю серед усіх засобів просування (у розрахунку на один контакт).

Стимулювання збуту лікарських засобів – це короточасні спонукальні заходи заохочення посередників і споживачів до купівлі ліків (знижки, товарні кредити, підтримка постійних покупців тощо). Особливістю є:

- привабливість заходів стимулювання збуту в очах посередників і споживачів;
- спонукання до здійснення покупки;
- імпульсивний характер;
- короткотривалий ефект (для формування стійкої відданості певній марці лікарського засобу ці заходи непридатні);
- ефективність у поєднанні з рекламою.

Отже, різні елементи системи маркетингових комунікацій неоднаково вирішують різнопланові комунікаційні задачі фармацевтичного підприємства [3]. Застосування кожного з елементів повинне визначатися конкретною ринковою ситуацією, характеристиками і цілями підприємства. Лише у поєднанні ці елементи сприятимуть досягненню вищої ефективності загальної маркетингової політики за рахунок синергічного ефекту.

Використана література:

1. Багиев, Г. Л. Интерактивные модели маркетинговых решений на виртуальных рынках / Г. Л. Багиев, И. В. Успенский, В. И. Ченцов. – СПб.: СПбГУЭФ, 2008. – 286 с.
2. Майборода, О. О. Маркетингова політика комунікацій: навч.-метод. посіб. / О. О. Майборода. – К.: КНЕУ, 2007. – 250 с.
3. Малий, В. В. Теоретичні та науково-прикладні засади удосконалення маркетингових комунікацій у системі просування лікарських засобів / В. В. Малий, А. Б. Ольховська / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/10606/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%A4%D0%9C%D0%9C-2016-60-62.pdf> (дата звернення: 04.10.2019).

Аналіз ринку препаратів групи D08 антисептичні і дезінфікуючі засоби в Україні

*Тимофеев С. В., к.ф.н., доцент кафедри організації та економіки фармації
Національного фармацевтичного університету
econotica@ukr.net*

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) одним з дієвих методів профілактики зараження різними видами бактерій, що провокують небезпечні захворювання, є своєчасне використання антисептичних та дезінфікуючих засобів. Більшість цих засобів можуть знищити бактерії, стійкі до антибіотиків, та мікобактерії туберкульозу. Зокрема, туберкульоз в Україні займає одне з провідних місць у структурі захворювань населення, що працює. Тому актуальним є проведення аналізу ринку препаратів групи D08 – антисептичні і дезінфікуючі засоби в Україні.

При роботі були використані матеріали Державного реєстру лікарських засобів в Україні, Компендіум, Аптека онлайн, Гео Аптека. Методи, що використовувались – аналітичний та узагальнення отриманих даних.

Результати та їх обговорення. За даними наукової організації США – CDC більше 1,5 млн. населення світу страждають від захворювань, пов'язаних з госпіталізацією, тому використання дезінфікуючих та антисептичних засобів для населення є необхідним. Одним із головних напрямків у боротьбі з внутрішньолікарняними інфекціями є переривання ланцюгу передачі інфекції, що досягається шляхом належної дезінфекції та стерилізації інструментів і поверхонь. Наслідками недостатньої антисептичної обробки чи дезінфекції є численні випадки та спалахи внутрішньолікарняних інфекцій. За даними ВООЗ у відділеннях інтенсивної терапії інфекції вражають близько 50% пацієнтів, а смертність може досягати 20%. У різних госпіталах світу під час епідемій різних захворювань, зокрема грипу, зараження медичних працівників та пацієнтів становило від 10 до 30%. В Україні близько 30% населення мають інфекцію після госпіталізації. Тому був проведений аналіз ринку ліків в Україні за групою D08. Встановлено, що на ринку зареєстровано більше 95 позицій ліків за діючою речовиною та 337 торгових назв ліків без урахування форм випуску за групою D08 – антисептичні і дезінфікуючі засоби – з них 90% лікарських засобів у формі розчину, 15% у формі мазей, гелів, лініментів, та 5% у формі порошків. Що ж стосується виробників, то більшість – 85% ліків представлених на фармацевтичному ринку України є вітчизняного виробництва та лише 15% іноземного виробника. В цілому діапазон цін на лікарські засоби групи D08 – антисептичні і дезінфікуючі засоби сягав від 3,45 грн. до 789, 12 грн. за пропозиціями вітчизняних виробників та від 10,25 грн. до 1100, 35 грн. за пропозиціями іноземних виробників.

Отже, проведений аналіз ринку ліків групи D08 – антисептичні і дезінфікуючі засоби показав, що на вітчизняному фармацевтичному ринку їх асортимент достатній.

Особливості здійснення маркетингового стратегічного планування

*Федорченко А. В., магістрант спеціальності 051 «Економіка», ОПП «Економіка підприємства» Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця
fedorchenko0711@gmail.com*

В сучасних економічних умовах здатність підприємства швидко адаптуватися до потреб ринку набуває дедалі суттєвішого значення. Необхідність забезпечення стійкого положення та підвищення конкурентоспроможності товарів та послуг підприємства при наявній динамічності та нестабільності ринкових відносин ставить перед управлінським персоналом низку завдань. Для вирішення цих завдань потрібно враховувати значну кількість факторів, на підставі яких здійснювати планування діяльності на короткостроковий та довгостроковий періоди. Ці процеси неможливі без ефективного маркетингового стратегічного планування.

Значна кількість вітчизняних вчених приділяють увагу дослідженням особливостей здійснення маркетингового стратегічного планування та впровадження його елементів у практичну діяльність підприємств, а саме Л. В. Бабаченко, С. О. Галяміна [1], О. М. Кітченко [3], Н. Рожко [4] та ін.