

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ В ПЕДІАТРІЇ

Бондарєва І. В., Полякова О. В.

Кафедра фармацевтичного маркетингу та менеджменту

Національний фармацевтичний університет

м. Харків, Україна

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. Для забезпечення безпечної фармакотерапії у дітей надзвичайно важливим є наявність в асортименті аптеки дитячих лікарських форм. Відсутність сучасних ліків призводить до того, що дітям часто призначають препарати, приготовані на основі дорослих форм. Сучасні фармацевтичні аспекти дитячих ліків повинні охоплювати не лише дозування ліків, тобто кількісні характеристики, але й якісні показники (вибір виду лікарської форми, природи допоміжних речовин, технології упаковки), тобто відображати всі анатомо-фізіологічні особливості дитячого організму.

Мета роботи є маркетинговий аналіз асортименту лікарських препаратів для лікування дітей.

Методи дослідження: спостереження, узагальнення, анкетування.

Результати дослідження. За результатами анкетування було встановлено, що 70% споживачів купують лікарські препарати для дітей лише за рекомендацією педіатра. 30% відвідувачів аптек зазначили, що самостійно купують ліки для дітей при наявності температури, алергії, ОРВІ.

Нами було проаналізовано лікарські засоби для дітей, які користуються найбільшим попитом: Парацетамол (50% відповідей респондентів), Ібупрофен (20%), Колікід (20%) та Назоферон (10%).

Встановлено, що найбільш важливими критеріями вибору дитячих лікарських засобів є: ефективність (60% відповідей споживачів), спосіб застосування (18%), лікарська форма (12%), а також цінова політика (10%).

Висновки. Проведено маркетинговий аналіз асортименту лікарських препаратів для лікування дітей. Показано, що в асортименті дитячих лікарських препаратів, наявних на вітчизняному фармацевтичному ринку, практично відсутні лікарські засоби, що впливають на сечостатеву, серцево-судинну, нервову системи.