

скорочення асортименту на 8,7%. Передусім, це пов'язано з виходом з ринку МНН – Прифінію бромід (АТХ – А03А В18), раніше наявного під ТН – «Ріабал» у формі таблеток та дитячої лікарської форми випуску у вигляді сиропу. Монокомпонентні СЛЗ представлені на ринку в широкому діапазоні цін – 10,12 – 1056,00 грн за упаковку. Лідерську позицію «першості» серед спазмолітиків продовжує займати МНН – Дротаверин (АТХ – А03А D02) з кількістю 25 ТН. Друге місце займає Симетикон у кількості 20 МНН.

Висновки. Протягом 2022 року асортимент фармацевтичного ринку налічує 8 МНН СЛЗ, що представлені 63 ТН. Ринок пропорційно насичений вітчизняними і іноземними виробниками СЛЗ. Препарати представлені в широкому діапазоні цін: 10,12-1056,00 грн за упаковку. Найбільшу кількість ТН на ринку має Дротаверин (25 ТН).

ШПРИЦІ ПОПЕРЕДНЬОГО НАПОВНЕННЯ ЯК СУЧАСНА ЛІКАРСЬКА ФОРМА НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ

Злагода В. С.¹, Тертишний О. Є.²

Науковий керівник: Бобрицька Л. О.²

¹Вінницький національний медичний університет ім. М. І. Пирогова, Вінниця, Україна

²Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

zlagoda.vika@gmail.com

Вступ. На сьогоднішній день шприці попереднього наповнення стали одним з найпоширеніших пакувальних матеріалів для лікарських речовин. Їх використовують переважно для вакцин, біотехнологічних продуктів, онкологічних препаратів, лікарських засобів для оказання термінової медичної допомоги, а також у косметології. При цьому області їхнього застосування постійно поширюються. Саме попереднє наповнення шприців на виробництві дозволяє досягти більш точного дозування, що є дуже важливим при введенні дорогих препаратів. Також серед переваг варто відзначити зручність та безпека у використанні, стерильність.

Мета дослідження. Аналіз фармацевтичного ринку шприців попереднього наповнення в Україні.

Матеріали та методи. Матеріалом дослідження стали дані Державного реєстру лікарських засобів України 2022р. Методи дослідження: маркетинговий аналіз, частотний аналіз.

Результати дослідження. В результаті проведеного маркетингового аналізу встановлено асортимент готових лікарських форм, що зареєстровані на території України та складають 11296 торговельних назв (ТН). Шприці з попередньо наповненими в них препаратами складають 260 ТН та займають 2,30% фармацевтичного ринку України, з яких 245 (склали 94,23%) іноземного виробництва, а саме Німеччина (41 ЛЗ), Бельгія (30 ЛЗ), Іспанія (23 ЛЗ) та ін., та вітчизняного виробництва – 15 (складали 5,77%), що представлені виробниками: 6 – ТОВ «ФЗ «Біофарма» (м.Київ), 4 – ТОВ «Фармекс груп» (м.Бориспіль), 3 – АТ Фармак (м.Київ), ТОВ «Юрія-фарм» (м.Черкаси), 1 – ТОВ "Фармацевтична компанія "Здоров'я" (м.Харків).

В результаті АТС-класифікації лікарських засобів із попередньо наповненими шприцями на фармацевтичному ринку України встановлено наявність у 11 груп та встановлено, що переважають лікарські засоби, що впливають на систему крові та гемопоез (79 ЛЗ).

Висновки. На фармацевтичному ринку України присутні 260 ЛЗ у попередньо наповнених шприцах з перевагою іноземного виробництва; найбільше переважають лікарські засоби, що впливають на систему крові та гемопоез.

РОЛЬ ЦИФРОВИХ КАНАЛІВ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АПТЕЧНОЇ МЕРЕЖІ

Івченко А. А.

Науковий керівник: Жадько С. В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

anyutaiwchenko@gmail.com

Вступ. Аптечні мережі вже тривалий час застосовують адаптивний підхід у маркетинговій діяльності, що зумовлено спочатку карантинними обмеженнями, а тепер воєнними діями в Україні. Саме у цей час зросло відвідування сайтів аптечних мереж і кількість он-лайн замовлень в аптеках.

Мета дослідження. Метою роботи є аналіз ролі цифрових каналів у маркетинговій діяльності аптечної мережі.

Матеріали та методи. Використано метод контент-аналізу та аналіз веб-сайту аптечної мережі «Мед-сервіс» за допомогою сервісу similarweb.com, контент-аналіз сторінок у соціальних мережах Facebook та Instagram.

Результати дослідження. Аптечна мережа «Мед-сервіс» заснована у 1995 р. У 1997 р. уперше в асортимент аптек були включені супутні товари (товари для дітей і лікувальна косметика, що стало абсолютним нововведенням для фармацевтичного ринку України. У 2003 р. відкрилася перша аптека в інноваційному форматі супермаркету, який дуже привабив споживачів. У 2010 р. компанія досягла національного масштабу і стала першою всеукраїнською аптечною мережею. На сьогоднішній день «Медсервіс» входить до десятки лідерів аптечного ринку України. Аптечна мережа має 407 роздрібних точок у 102 містах. На цей час «Мед-сервіс» має різні формати роздрібних точок: «Мед-сервіс-kids», «Мед-сервіс-beauty», «Аптечний пункт». Більшість аптек працює за європейським форматом фарммаркетів з зоною відкритої викладки і вільним доступом до товарів. Багато аптек працюють цілодобово і без вихідних, що забезпечує високу фізичну доступність ліків.

Нами встановлено, що сайт med-service.com.ua займає 1 223 позицію у категорії «Здоров'я» в Україні, у листопаді його відвідали 24,7 тисяч разів. Для порівняння, веб-сайт артека911.ua, який займає третю позицію, отримав 4,5 млн відвідувань, а веб-сайт апс.ua, який займає шосту позицію, отримав 1,5 млн відвідувань. Середня кількість переглянутих сторінок за одне відвідування сайту становить 1,81, що набагато менше порівняно з сайтами артека911.ua і апс.ua (5,41 і 5,03 сторінки відповідно). Середня тривалість візиту на сайт складає 57 секунд (цей показник для артека911.ua і апс.ua становить 5,41 і 5,03 відповідно).