

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ
ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**



МАТЕРІАЛИ III МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ INTERNET-КОНФЕРЕНЦІЇ

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У СКЛАДІ
СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ, НАУКИ, ОСВІТИ, ПРАКТИКИ**

**МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СОСТАВЕ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ, НАУКИ,
ОБРАЗОВАНИЯ, ПРАКТИКИ**

**MANAGEMENT AND MARKETING
IN THE MODERN ECONOMY,
SCIENCE, EDUCATION AND PRACTICE**

26 – 27 березня 2015 року

Харків

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ
ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**



**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У СКЛАДІ СУЧАСНОЇ
ЕКОНОМІКИ, НАУКИ, ОСВІТИ, ПРАКТИКИ**

**МАТЕРІАЛИ
ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ INTERNET-
КОНФЕРЕНЦІЇ**

26 – 27 березня 2015 року

Видавництво НФаУ
Харків 2015

Редакційна колегія:

проф. Малий В.В. (голова), проф. Слободянюк М.М., доц. Дорохова Л. П.,
доц. Рогуля О.Ю., доц. Тіманюк І.В., доц. Ольховська А.Б.

Відповідальний секретар: проф. Слободянюк М.М.

Укладач: Алєкпєрова Н.Ф.

(конференція зареєстрована в УкрІНТІ від від 09.07. 2014 р. № 496)

Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : Матеріали III міжнародної науково-практичної Internet-конференції (м. Харків, 26 - 27 березня 2015 р.) / редкол. : В. В. Малий та ін. – Х. : НФаУ, 2015. – 411 с.

Збірник містить матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції науковців та практиків, що здійснюють діяльність в цілому в сфері менеджменту й маркетингу та в галузі фармації з різних країн світу.

Розглянуто сучасні досягнення та використання менеджменту й маркетингу у сучасній економіці; форм та методів викладання дисциплін організаційно-економічного й управлінського спрямування на основі теорії менеджменту та маркетингу, практичні аспекти управління виробництвом, контролем якості, реалізацією та споживанням лікарських засобів, підвищення якості фармацевтичної допомоги, управління раціональним використанням лікарських засобів та відповідальним самолікуванням.

Для широкого кола наукових, науково-педагогічних і практичних працівників, що займаються питаннями менеджменту й маркетингу та лікознавством.

Матеріали подаються мовою оригіналу.

За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори.

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ГІПОТЕНЗИВНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНІ

Зарічна Т.П., Клименко О.О., Британова Т.С.

Запорізький державний медичний університет

Olaklimenko1993@gmail.com

Проведено маркетингове дослідження національного ринку лікарських засобів гіпотензивної дії. Проаналізована конкурентоспроможність фармацевтичних фірм, що постачають на фармацевтичний ринок України дані лікарські засоби. Методом кваліметричного аналізу визначені найбільш ефективні з них.

В Україні майже 12 млн. чоловік хворих на гіпертонію. Щорічно цю патологію виявляють у 1млн. українців.

Високий артеріальний тиск значно підвищує ризик захворювання ішемічною хворобою серця, інсультом, а також серцевою і нирковою недостатністю, призводить до ураження судин та очей. У людей з високим тиском у 3-4 рази частіше виникає ішемічна хвороба серця та у 7 разів – порушення мозкового кровообігу.

У зв'язку з цим, актуальним є своєчасне і оптимальне забезпечення населення України лікарськими засобами гіпотензивної дії.

Метою роботи стало маркетингове дослідження національного ринку гіпотензивних лікарських засобів, аналіз конкурентоспроможності фірм, що постачають лікарські засоби зазначеної дії на національний ринок, проведення кваліметричного аналізу лікарських препаратів, що входять до досліджуваного сегменту ринку.

Для проведення дослідження були використані дані «Компендіуму», «Державного реєстру лікарських засобів України».

У результаті дослідження встановлено, що на фармацевтичному ринку України в обігу знаходиться 49 лікарських форм гіпотензивної дії (табл. 1).

Таблиця 1

Дані про фармацевтичні фірми, які надають лікарські засоби для лікування гіпертонії на ринок лікарських засобів України

№	Підприємство-виробник, країна	Кількість лікарських форм	Співвідношення, % до загальної кількості
1	ТОВ «Агрофарм», м.Ірпінь, Київська область	1	34,6%
2	ТОВ ВХФП «Біостимулятор», м. Одеса	2	
3	ТОВ «Дослідницький завод ДНЦЛЗ», м. Харків	6	
4	ПАТ «Луганський хіміко-фармацевтичний завод»	3	
5	ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», м. Харків	2	
6	ТОВ «Харківське фармацевтичне підприємство «Здоров'я народу»	2	
7	ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», м. Київ	1	
8	АбботЛабораторі з ГмбХ, Німеччина	6	32,6%
9	Байер ФармаАг, Німеччина	5	
10	МерклеГмбХ, Німеччина	1	
11	РатіофармГмбХ, Німеччина	1	
12	ТакедаГмбХ, Німеччина	3	
13	Медокемі ЛТД, Кіпр	2	4,1%
14	Ай-Сі-Ен, ПольфаЖешув АТ, Польща	1	2%
15	КРКА, д.д. Новоместо, Словенія	4	8,3%
16	Пфайзер Інк, США	3	6,2%
17	ЛаборатуарСерв'є, Франція	1	2%
18	ВАТ Фарм. завод ЕГІС, Угорщина	2	4,1%
19	ТОВ «Зентіва», Чеська республіка	2	4,1%
20	СандозПрайвітЛімітед, група Новартіс, Індія	1	2%
Всього:	20	49	100%

З таблиці видно, що тільки 34,6% з них виробляють на території України.

Серед 7 вітчизняних фірм-виробників лікарських засобів зазначеної дії лідером виступає ТОВ «Дослідних завод ГНЦЛС» з Харкова, який виробляє більш ніж третину (35,3%) вітчизняних ліків гіпотензивної дії.

65,4% препаратів даної групи надходить із-за кордону, з 9 країн, від 13 фармацевтичних компаній.

Лідером серед іноземних виробників є Німеччина, 5 фармацевтичних компаній якої надають майже третину (32,6%) гіпотензивних засобів на ринок України.

Для визначення рівня конкуренції між виробниками препаратів-аналогів гіпотензивної дії розраховували коефіцієнт напруженості K_{vi} за формулою:

$$K_{vi} = \frac{n - 1}{n}, \quad (1)$$

де n – кількість всіх конкурентних аналогів фірм.

При цьому досліджувані лікарські препарати були згруповані за діючими речовинами на 12 груп згідно класифікації АТС:

- препарати, які містять алкалоїди раувольфії;
- група метилдопи;
- групаклонідину;
- групагуанфацину;
- групамоксонідину; - група гексаметонію броміду;
- група празозину; - група доксазозину;
- група уропідилу; - група рилменідиндигідрофосфату;
- група ріоцигуату; - комбінації гіпотензивних та діуретичних засо-

бів.

Результати розрахунку наведено в табл. 2.

Показники коефіцієнту напруженості між виробниками лікарських засобів гіпотензивної дії

Назва лікарського засобу	Коефіцієнт напруженості (K_{vi})
Алкалоїди раувольфії	0,50
Метилдопа	-
Клонідин	0,75
Гуанфацин	-
Моксонідин	0,50
Гексаметонія бромід	-
Празозин	-
Доксазозин	0,85
Урапідил	-
Рилменідинудигідрофосфат	-
Ріоцигуат	-
Комбінації гіпотензивних та діуретичних засобів	-

Проаналізувавши отримані дані, можна зробити висновок, що найбільша конкуренція спостерігається серед фірм, які випускають аналоги доксазозину ($K_{vi} = 0,85$). Серед фармацевтичних фірм-підприємств, що випускають зазначений препарат, є вітчизняні: ТОВ «Дослідний завод «ГНЦЛС», м. Харків (6 лікарських форм), ПАТ «Луганський хіміко-фармацевтичний завод», м. Луганськ (2 лікарські форми).

Також висока конкуренція ($K_{vi} = 0,75$) серед вітчизняних виробників аналогів клонідину: ПАТ «Луганський хіміко-фармацевтичний завод», м. Луганськ, ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», м. Київ, ТОВ «Агрофарм», м.Ірпінь, Київська область ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», м. Харків.

На наступному етапі розраховували частку сегменту регіонального фарма-

цевтичного ринку, яку займає кожна з фірм-виробників лікарських засобів гіпотензивної дії.

Розрахунок проводили за формулою:

$$d_{ij} = \frac{n_{ij}}{\sum n_{ij}}, \quad (2)$$

де n_{ij} – кількість препаратів j -тої фірми в i -сегменті;

$\sum n_{ij}$ – сумарна кількість препаратів i -го сегменту, зареєстрованих в Україні.

Дані розрахунку наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Частка сегменту фармацевтичного ринку, яку займає кожна з
фірм-виробників лікарських засобів гіпотензивної дії

№	Підприємство-виробник, країна	Частка сегменту ринку (d_{ij})
1	ТОВ «Агрофарм», м.Ірпінь, Київська область	0,0204
2	ТОВ ВХФП «Біостимулятор», м. Одеса	0,0409
3	ТОВ «Дослідницький завод ГНЦЛС», м. Харків	0,1225
4	ПАТ «Луганський хіміко-фармацевтичний завод»	0,0612
5	ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», м. Харків	0,0409
6	ТОВ «Харківське фармацевтичне підприємство «Здоров'я народу»	0,0409
7	ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», м. Київ	0,0204
8	АбботЛаборатор із ГмбХ, Німеччина	0,0409
9	Байер ФармаАг, Німеччина	0,1225
10	МерклеГмбХ, Німеччина	0,1020
11	РатіофармГмбХ, Німеччина	0,0204
12	ТакедаГмбХ, Німеччина	0,0204
13	Медокемі ЛТД, Кіпр	0,0612
14	Ай-Сі-Ен, ПольфаЖешув АТ, Польща	0,0204

15	КРКА, д.д. Новоместо, Словенія	0,0816
16	Пфайзер Інк, США	0,0612
17	ЛаборатуарСерв'є, Франція	0,0409
18	ВАТ Фарм. завод ЕГІС, Угорщина	0,0204
19	ТОВ «Зентіва», Чеська республіка	0,0409
20	СандозПрайвітЛімітед, компанія групи Новартіс, Індія	0,0204

Із таблиці видно, що найбільша питома вага в досліджуваному сегменті припадає на ТОВ «Дослідницький завод ГНЦЛС», м. Харків ($d_{ij} = 0,1225$) та АбботЛаборатор із ГмбХ, Німеччина ($d_{ij} = 0,1225$).

Наступний крок роботи – проведення кваліметричного аналізу для оцінки основних характеристик лікарських засобів зазначеної групи. Кваліметричну характеристику здійснено на основі аналізу й узагальнення даних з клінічного застосування гіпотензивних препаратів. Для оцінки використовували наступні характеристики: форма випуску, шляхи введення, спектр дії, протипоказання, побічна дія, переважаючі ознаки.

Результати кваліметричної оцінки наведені в табл. 4.

Таблиця 4

Результати кваліметричного аналізу лікарських засобів
гіпотензивної дії

Назва лікарського засобу	Коефіцієнт кваліметричної оцінки
Алкалоїди раувольфії	0,66
Метилдопа	0,61
Клонідин	0,71
Гуанфацин	0,24
Моксонідин	0,18
Гексаметонія бромід	1
Празозин	0,43
Доксазозин	0,55

Урапідил	0,29
Рилменідинудигідрофосфат	0,35
Ріоцигуат	0,35
Адельфан-езиурекс	0,01
Нормотенс	0,06

Проаналізувавши дані, наведені в таблиці, можна зробити висновок, що найбільш конкурентоздатним і раціональним лікарським засобом гіпотензивної дії є препарат, який містить гексаметонію бромід (Бензогексоній бромід), що випускає ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», м. Харків. Певною мірою даному препарату поступають препарати клонідину ($K=0,71$), раувольфії ($K=0,66$), метилдопи ($K=0,61$).

Комбінації гіпотензивних та діуретичних засобів (Адельфан-Езіурекс та Нормотенс) є найменш раціональними для лікування гіпертензії з точки зору кваліметричної оцінки.

Висновки

Проведено маркетингове дослідження національного ринку гіпотензивних лікарських засобів. Встановлено, що вітчизняні фармацевтичні фірми постачають лише 34,6% лікарських препаратів (17 лікарських форм) для цього сегменту ринку, витримуючи при цьому високий рівень конкуренції з провідними зарубіжними фармацевтичними компаніями. У зв'язку з чим актуальною є розробка нових лікарських препаратів зазначеної дії та освоєння їх виробництва на території України.

Аналіз конкурентоспроможності показав, що найвища конкуренція спостерігається серед виробників препаратів-аналогів доксазозину, при цьому згідно кваліметричного аналізу він не є найраціональнішим препаратом ($K=0,55$).

Гексаметонію бромід (Бензогексоній бромід), який має найбільшу кваліметричну оцінку ($K=1$), що випускає ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», м. Харків, не має конкурентів.

Треба відмітити, що конкуренція спостерігається тільки серед виробників 32 лікарських засобів (4 групи з 12 згідно класифікації АТС).

Для ефективнішого насичення ринку конкурентоздатними препаратами досліджуваної групи виробникам і дистриб'юторським фірмам треба зважити на результати здійснених досліджень.

Література

1. Белошапка В.А. Стратегическое управление и маркетинг в практике фармацевтических фирм / В.А. Белошапка, Г.В. Загорий, В.А. Усенко. – К.: Триумф, 2001. – С. 251-274.

2. Бушуева И.В. Методические подходы к определению устойчивости товарной и конкурентной позиции фармацевтической фирмы в условиях рынка и ограниченной роли государства / И.В. Бушуева, О.И. Карпова, В.А. Демченко, Ю.В. Маковик // Запорожский медицинский журнал. – 2004. – Т.2, №1. – С.109-111.

3. Громовик Б.П. Характеристика основных методик визначення конкурентоспроможності лікарських засобів / Б.П. Громовик // Фармацевтичний журнал. – 2002. - №3. – С. 7-11.

Marketing's national market of medications with hypotensive action. The competitiveness of pharmaceutical firms, which supply these medical means to the national market is analyzed. The method of qualimetric analysis defined the most effective from them.

РЕЗУЛЬТАТИ АНАЛІЗУ СТАТЕВО-ВІКОВОЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ХВОРИХ НА РАК ЛЕГЕНІВ А. С. Немченко, Л. І. Фурса	239
ВЫБОР ЭФФЕКТИВНОГО ЛЕКАРСТВЕННОГО ПРЕПАРАТА ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ОСТРЫХ КИШЕЧНЫХ ИНФЕКЦИЙ Фарес Рами, Бобрицкая Л.А., Зборовская Т.В.	241
НЕЙРОМАРКЕТИНГ – ОДНО ИЗ НОВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ МАРКЕТИНГА ДЛЯ БОЛЕЕ УСПЕШНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ Зборовская Т.В., Лебединец В.А., Фарес Рами, Бобрицкая Л.А.	244
АНАЛІЗ РИНКУ КОМБІНОВАНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА ОСНОВІ КИСЛОТИ АЦЕТИЛСАЛІЦИЛОВОЇ Тригубчак О.В., Войткова Л.С.	246
АНАЛІЗ НОМЕНКЛАТУРИ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ДІАБЕТУ II ТИПУ В АПТЕКАХ м. ХАРКІВ Подколзіна М.В., Тимошенко М.І.	249
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И ФАРМА-КОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ФОРМ ДОКСОРУБИЦИНА Т. В. Пак, О.М. Прокофьева	250
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ НЕСТЕРОЇДНИХ ПРОТИЗАПАЛЬНИХ І ПРОТИРЕВМАТИЧНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ З ГРУПИ ПОХІДНИХ ОЦТОВОЇ КИСЛОТИ І.О. Павленко, О.В. Тригубчак	256
ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ КАШЛЮ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ Онишків О.І., Лех І.П., Грошовий Т.А.	265
ЕЛЕМЕНТИ ПРОВЕДЕНОГО МАРКЕТИНГ-АНАЛІЗУ ВІТЧИЗНЯНОГО КОМПЛЕКСНОГО ПРЕПАРАТУ В.О. Кучмістов, О.Ф. Кучмістова	268
АНАЛИЗ РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ, СОДЕРЖАЩИХ ЭФЕДРИНА ГИДРОХЛОРИД И ПСЕВДОЭФЕДРИНА ГИДРОХЛОРИД Кадырбаева Г.М., Датхаев У.М., Шопабаета А.Р.	278
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ГІПО-ТЕНЗИВНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНІ Зарічна Т.П., Клименко О.О., Британова Т.С.	280
СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АПТЕКИ Дорохова Л.П., Драшкович М.	288
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ВЕТЕРИНАРНОГО ПРИМЕНЕНИЯ РАСТИТЕЛЬНОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ А.А. Дельцов	290