

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Серія «Наука»

# **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТВОРЕННЯ НОВИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ**

МАТЕРІАЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ  
СТУДЕНТІВ ТА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ

19-20 квітня 2012 року  
м. Харків

У двох томах

Том II

Харків  
НФаУ  
2012

# ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ХРОНІЧНОЇ ВЕНОЗНОЇ НЕДОСТАТНОСТІ В АПТЕКАХ М.ЗАПОРІЖЖЯ

Кір'якулова Т.С., Ткаченко Н.О.

Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя

[0971357165@mail.ru](mailto:0971357165@mail.ru)

Сьогодні первинний фокус на споживачеві аптечними закладами здійснюється за допомогою чотирьох «Р» класичного маркетингу. Це дає змогу запропонувати такий асортимент лікарських засобів, який би максимально задовольнив потреби хворих.

Метою нашого дослідження було вивчення асортименту засобів для лікування хронічної венозної недостатності (ХВН) в аптеках м. Запоріжжя та систему просування їх на регіональному ринку.

Матеріалом для досліджень послужили статистичні данні, аналітичні огляди, звітна документація аптек різної форми власності та організаційної структури м. Запоріжжя.

На першому етапі наших досліджень вивчено асортиментну та фірмову структури вітчизняного ринку засобів для лікування ХВН. Встановлено, що серед виробників провідне місце займають іноземні фірми-виробники, які є лідерами серед усього переліку вітчизняних та іноземних виробників ангіопротекторів (20 фірм). Аналізуючи асортиментну структуру можна стверджувати, що у даному сегменті ринку переважають м'які лікарські форми. Більшу частину асортименту становлять препарати-генерики, що є безрецептурними.

Далі вивчено асортимент та систему просування аптек м.Запоріжжя лікарських засобів вказаного сегменту. По кожній роздрібній мережі були розраховані показники: ширина, глибина, насиченість асортименту. Також розраховали коефіцієнт стійкості асортименту. Лідером серед аптечних мереж визначено ПП ВКФ «Віта Фарма». Найнижчі показники отримало ТОВ «Вема-фарм».

**Висновок.** На формування асортименту впливає багато факторів, серед яких – місце розташування аптечного закладу, його розмір і тип, а також вибір елементів системи просування, яким надається перевага аптекою.

Для аптек, які мають найнижчі показники асортименту розроблені рекомендації щодо комплексного аналізу власних продажів і розробки ефективної асортиментної політики.