

## VII. MARKETING



### МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ОБЩИХ ТЕНДЕНЦИЙ РЫНКА СЛАБИТЕЛЬНЫХ ПРЕПАРАТОВ

**И. В. Бушуева,**

*Кандидат фармацевтических наук,  
доцент,*

**О. В. Гетало,**

*кандидат фармацевтических наук,  
доцент*

**Н. В. Кандыбей**

*ассистент,*

*Запорожский государственный  
медицинский университет,  
г. Запорожье, Украина*

---

**Summary.** In the article the questions connected with development of market laxatives medicines. The study examined quantitative characteristics of the respondents, the ratio of consumer activity among age groups, the frequency of the order of laxatives medicines.

**Keywords:** respondent; laxative drug; consumer activity.

---

Сегодня фармацевтический рынок Украины широко представлен фармакотерапевтической группой слабительных лекарственных средств различных фармацевтических фирм. Фирмы – производители постоянно совершенствуют и расширяют существующий ассортимент препаратов исследуемой группы [1]. При всем многообразии фирм – производителей слабительных препаратов, нами изучалось состояние потребительской активности относительно конкретных наименований препаратов фармакотерапевтической группы, а именно тех, которые выпускает фармацевтическая фирма «Берингер Ингельхайм».

Для количественной оценки этого явления нами предложен опосредованный коэффициент потребительской активности. Под ним мы понимаем отношение частоты упоминания отдельного показателя активности к общей сумме упоминаний всех показателей данной группы (определенных на основе опроса экспертов – провизоров, осуществляющих заказ и продажу товаров потребителю).

Математическая интерпретация коэффициента имеет следующий вид:

$$K_{Ca} = \frac{f_{mi}}{\sum_{i=1}^n f_{mi}}, \text{ где}$$

$K_{Ca}$  – коэффициент потребительской активности;

$F_{mi}$  – частота упоминания отдельного показателя активности;

$\sum_{i=1}^n f_{mi}$  - сумма упоминаний всех показателей данной группы.

При обработке анкетных данных, присланных экспертами, мы получили следующую картину количественно характеристики респондентов (табл. 1).

Таблица 1

**Количественные характеристики респондентов**

№п/п	Показатель	Значение показателя	№п/п	Показатель	Значение показателя
1.	Число респондентов (абсолютное число)	99	4.	Стаж работы по специальности:	
2.	Должность респондентов (в %)		4.1.	max	45
21.	Провизоры	88,9	4.2.	min	1
22.	Заведующие аптекой	11,1	4.3.	Средний	14,9
3.	Возраст (лет)		5.	Квалификационная категория (в %)	
11	max	68	5.1.	Высшая	13,1
32.	min	22	5.2.	Первая	25,3
33.	Средний	39,2	5.3.	Вторая	6,1

При обработке анкетных данных было определено, что более половины опрошенных не имели квалификационной категории.

Таблица 2

**Состояние потребительской активности относительно препаратов исследуемой фармакотерапевтической группы**

№ п/п	Наименование слабительных лекарственных средств	К <sub>Ca</sub>
1.	Гутталакс	0,187
2.	Форлакс	0,146
3.	Сенадексин	0,141
4.	Регулакс	0,134
5.	Сенаде	0,132
6.	Бисакодил	0,131
7.	Дюфалак	0,130

Как видно из таблицы 2, наибольшей потребительской активностью пользуются гутталакс, форлакс, сенадексин, регулакс, сенаде,

бисакодил. Дюфалак вызывают меньшую заинтересованность у потребителей.

В результате изучения коэффициента потребительской активности среди возрастных групп населения было определено, что препарат гутталакс чаще всего пользуется спросом у взрослого населения, а бисакодил – у людей гериатрического возраста.

Изучение частоты заказа слабительных лекарственных средств показало, что 38,4 % опрошенных респондентов заказывают их один раз в месяц, 30,3 % – один раз в две недели, 17,2 % – один раз в неделю и 5,1 % – два раза в неделю. Остальные респонденты заказывают лекарственные средства исследуемой нами фармакотерапевтической группы по мере необходимости.

Кроме того, исследуя полученные данные, нами было определено, что более 2/5 опрошенных респондентов (43,4 %) при заказе лекарственных препаратов данной группы пользуются услугами двух фирм – поставщиков, 1/2 (28,3 %) – одной. Остальные заказывают слабительные средства в 3–9 фирмах.

#### Библиографический список

1. Легоцкая О. Р., Гром О. Л., Громовик Б. П. Конъюнктура рынка специфических слабительных препаратов // Провизор. – 1998. – № 17. – С. 20–24.

### ОСТРАЯ НЕХВАТКА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ РАБОЧИХ И ИНЖЕНЕРОВ В РОССИИ

А. Э. Галина,  
В. С. Тиракьян

*Кандидат социологических наук, доцент  
студент,  
Башкирский государственный  
университет, г. Уфа,  
Республика Башкортостан, Россия*

---

**Summary.** This article about important problem of deficiency in experienced workers.

**Keywords:** eminently qualified; experienced worker; labour-market.

---

После распада советского союза мы едва не потеряли самый важный элемент развития и процветания любой страны, это сильная и хорошо организованная система начального, среднего, средне-специального и высшего образования, которая являлась одной из лучших в мире. Советское образование внедряло в умы своих выпускников не только углубленные знания марксистско-ленинской идеологии, но и сопровождало процесс обучения постоянной производствен-