

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Псковской области
«Великолукский медицинский колледж»
отделение «Фармация»

«Маркетинговые исследования рынка
лекарственных средств для лечения
ринитов»

Студентка : Беляева Юлия Владиславовна
Руководитель: Павлова Наталья Ивановна

Великие Луки 2018г.

Актуальность темы исследования

Многообразии лекарственных препаратов, применяемых для лечения ринитов создает определенные трудности при формировании рационального ассортимента в аптечных организациях. Следовательно, необходимы маркетинговые исследования фармацевтического рынка лекарственных препаратов, применяющихся для терапии ринитов различной этиологии.

Объект исследования – лекарственные препараты, применяемые при лечении ринитов различной этиологии.

Предмет исследования – маркетинговое исследование рынка лекарственных средств, используемых при лечении ринитов.



Цель выпускной квалификационной работы

Проведение маркетинговых исследований рынка лекарственных средств, применяемых при лечении ринитов, чтобы предвидеть развитие рыночной ситуации, в первую очередь для определения величины спроса, разработки мер адекватного воздействия на рынок и получения максимального эффекта от своей сбытовой деятельности



Задачи исследования:



1. Изучить теоретические источники по данной теме.
2. Изучить российский рынок лекарственных средств для лечения ринитов.
3. Выполнить маркетинговые исследования локального рынка лекарственных препаратов для лечения ринита аптеки «Калина Фарм» г. Великие Луки.
4. Исследовать ассортимент, рассчитать широту, полноту и глубину, обновление ассортимента лекарственных препаратов для лечения ринита аптеки «Калина Фарм» г. Великие Луки.
5. Провести исследование спроса и предложения как главных составляющих рынка лекарственных препаратов для лечения ринита аптеки «Калина Фарм» г. Великие Луки.
6. Выполнить анкетирование среди посетителей аптеки «Калина Фарм» г. Великие Луки.

Маркетинг - это предпринимательская деятельность, целью которой является продвижение товаров и услуг от производителя к покупателю или потребителю.

Фармацевтический маркетинг - часть потребительского маркетинга и маркетинга услуг в сфере оказания фармацевтической помощи.



Группы лекарственных средств, представленных на Российском рынке

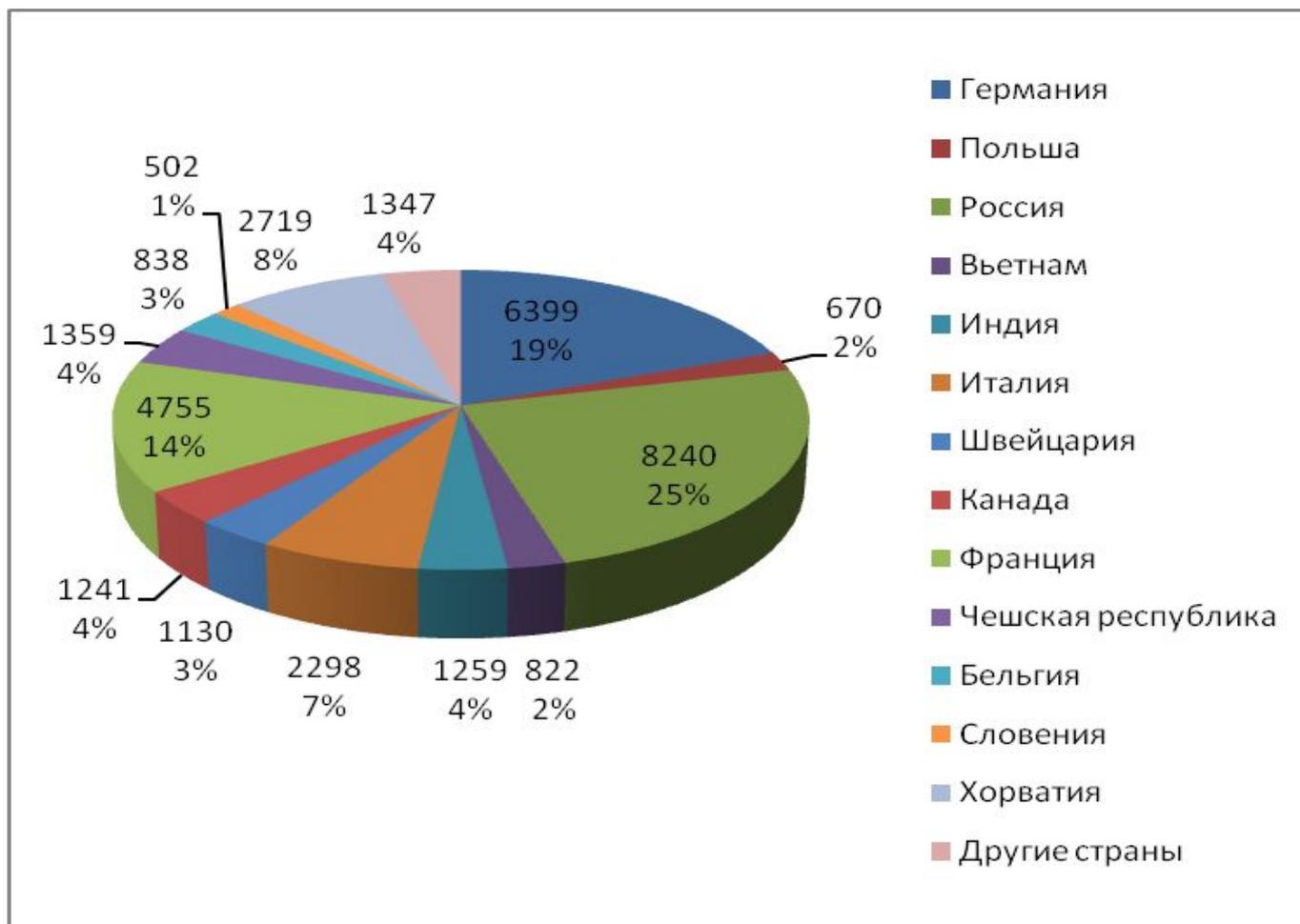
1. Сосудосуживающие препараты от насморка.
2. Антибактериальные препараты.
3. Противовирусные средства.
4. Противоаллергические препараты.
5. Гормональные препараты.
6. Не сосудосуживающие средства.
7. Растворы морской соли от насморка
8. Лекарства от насморка с эфирными маслами.
9. Фитопрепараты.
10. Таблетированная форма
11. Препараты для ингаляций



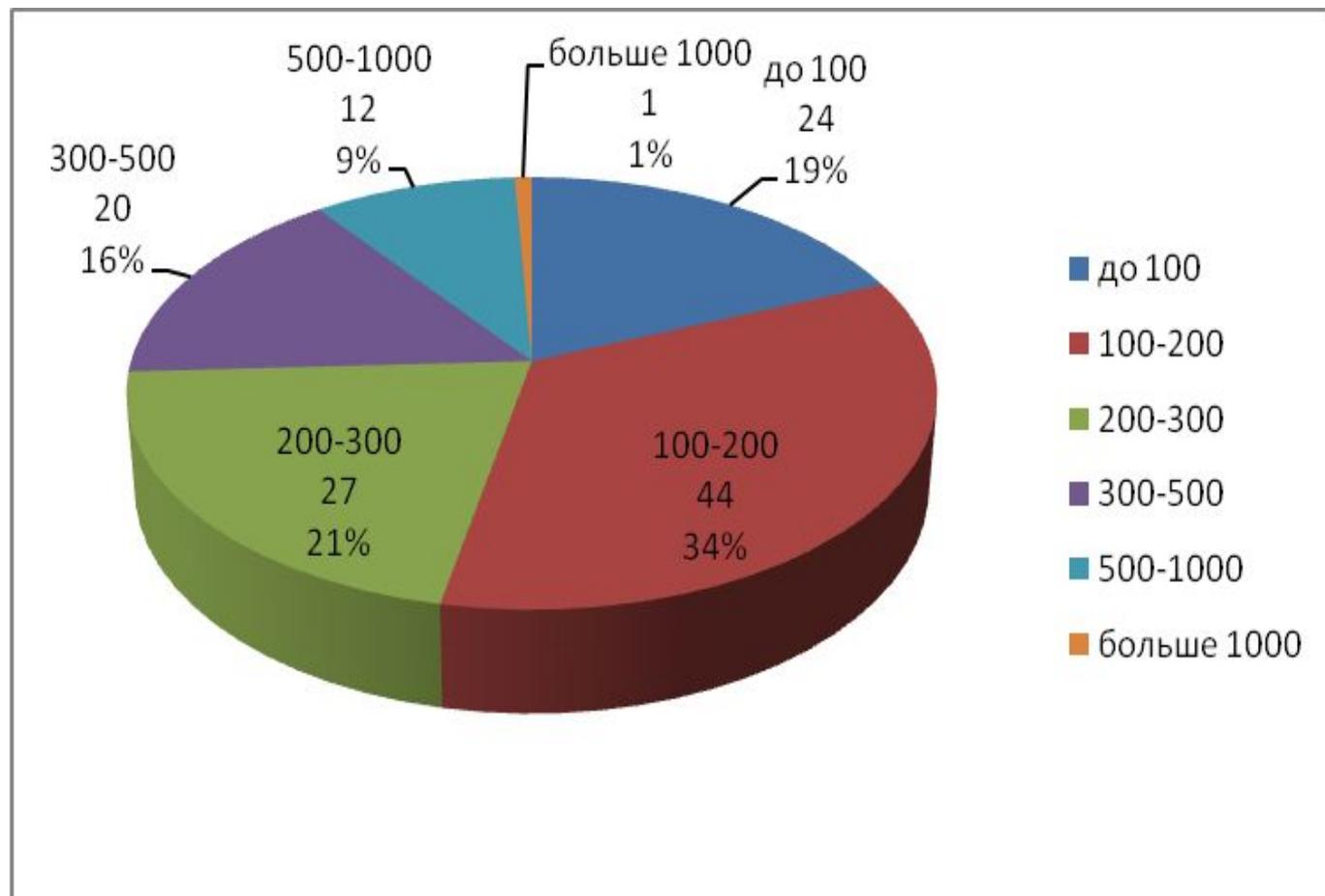
Структура ассортимента лекарственных средств для лечения ринитов по группам АТС-классификации на российском рынке

Код	Описание	Количество наименований ЛС			
		МНН		Торговые наименования	
		абс.	%	абс.	%
R – Препараты для лечения заболеваний респираторной системы		81	100	187	100
R01AA	Симпатомиметики	15	19	72	39
R01AC	Противоаллергические препараты (исключая кортикостероиды)	5	6	6	3
R01AD	Кортикостероиды	17	21	23	12
R01AX	Прочие препараты для местного применения при заболеваниях носа	10	12	29	16
R06AX	Антигистаминные препараты системного назначения другие	34	42	57	30

Сегментирование спроса по странам производителям



Спрос на препараты в зависимости от категории цены



Самые продаваемые лекарственные препараты за 9 месяцев 2018 года

№ п/п	Торговое название (ТН)	Факт отпускная цена производителя (руб)	Розничная надбавка %	Розничная цена с НДС	Кол-во проданных ЛС	Объем реализации руб.	Стоимость закупки, руб	Прибыль, руб
1	Лоратадин №10	21,23	35	31,50	441	13891,50	9362,43	4529,07
2	Галазалин 0,1%	26,56	35	39,40	318	12529,20	8446,08	4083,12
3	Називин 0,05%	115,00	25	158,10	353	55809,30	40595,00	15214,30
4	Отривин 0,1%	124,80	25	171,40	386	66160,40	48172,80	17987,60
5	Снуп 0,1%	83,50	25	105,40	549	57864,60	45841,50	12023,10
6	Цетрин №20	112,77	35	155,00	380	58900,00	42852,60	16047,40
7	Тизин 0,1%	80,64	25	110,80	467	51743,60	37658,88	14084,72
8	Ринорус 0,1%	16,26	35	24,10	532	12821,20	8650,32	4170,88
9	Ринонорм 0,1%	62,24	25	85,50	475	40612,50	29564,00	11048,50
10	Риностоп 0,1%	19,95	35	29,60	491	14533,60	9795,45	4738,15
11	Ксилен 0,1%	20,05	35	29,70	447	13275,90	8962,35	4313,55
12	Интерферон	64,03	25	88,00	281	24728,00	17992,43	6735,57
13	Длянос 0,1%	70,11	25	87,60	248	21724,80	17387,28	4337,52
14	Насобек	132,86	25	182,60	33	6025,80	4384,38	1641,42
15	Ксимелин Эко	141,29	25	194,00	472	91568,00	66688,88	24879,12
	ИТОГО					542188,4	396354,38	145834,02

Потери выручки из-за отсутствия страхового запаса

№п/п	Торговое название (ТН)	Розничная цена с НДС	Кол-во проданных ЛС	Дневной спрос	Страховой запас	Потери ежедневной выручки	Потери выручки за 9 месяцев (273 дня)
1	Лоратадин №10	31,50	441	1,62	8,08	50,88	13891,50
2	Галазалин 0,1%	39,40	318	1,16	5,82	45,89	12529,20
3	Називин 0,05%	158,10	353	1,29	6,47	204,43	55809,30
4	Отривин 0,1%	171,40	386	1,41	7,07	242,35	66160,40
5	Снуп 0,1%	105,40	549	2,01	10,05	211,96	57864,60
6	Цетрин.№20	155,00	380	1,39	6,96	215,75	58900,00
7	Тизин 0,1%	110,80	467	1,71	8,55	189,54	51743,60
8	Ринорус 0,1%	24,10	532	1,95	9,74	46,96	12821,20
9	Ринонорм 0,1%	85,50	475	1,74	8,70	148,76	40612,50
10	Риностоп 0,1%	29,60	491	1,80	8,99	53,24	14533,60
11	Ксилен 0,1%	29,70	447	1,64	8,19	48,63	13275,90
12	Интерферон	88,00	281	1,03	5,15	90,58	24728,00
13	Длянос 0,1%	87,60	248	0,91	4,54	79,58	21724,80
14	Насобек	182,60	33	0,12	0,60	22,07	6025,80
15	Ксимелин Эко	194,00	472	1,73	8,64	335,41	91568,00
	ИТОГО					1986,04	542188,40

Расчет коэффициентов

Структура ассортимента – это количественное соотношение групп, подгрупп, видов, наименований отдельных товаров в общем наборе товаров

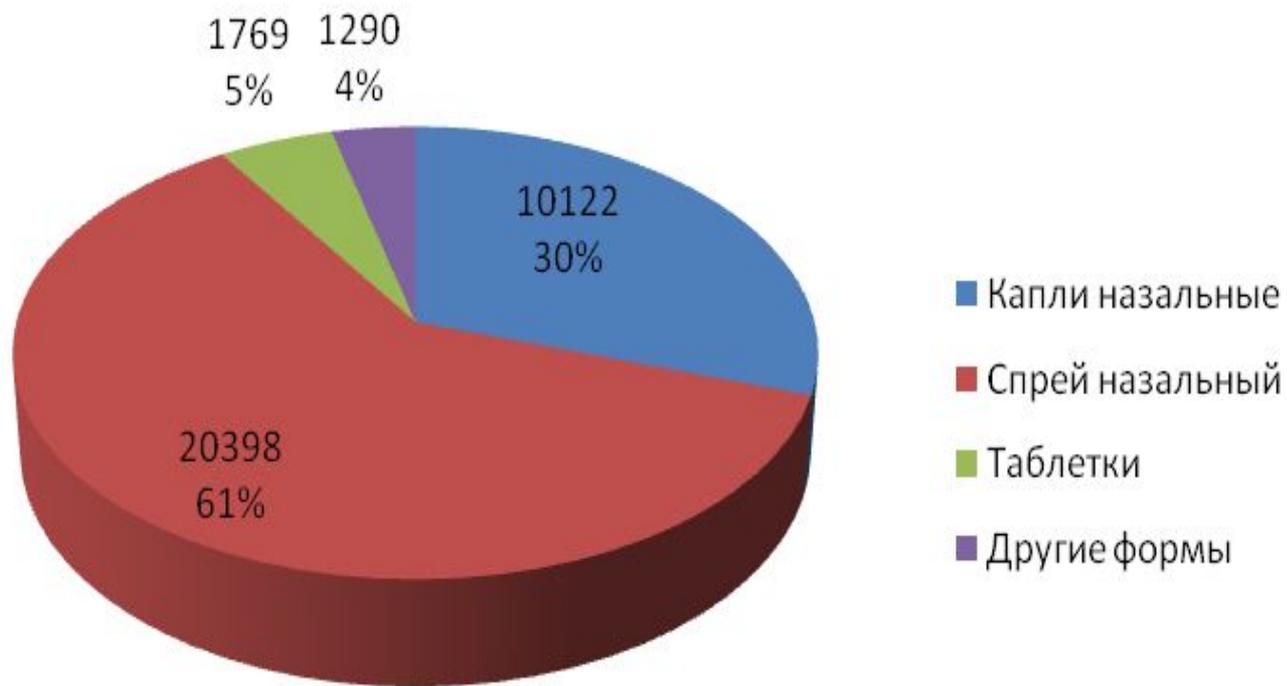
Доля отдельных ФТГ в ассортименте рассчитывается по формуле:

$$\text{Доля ФТГ(\%)} = \frac{(A_{фтг})}{A_o} \cdot 100\%$$

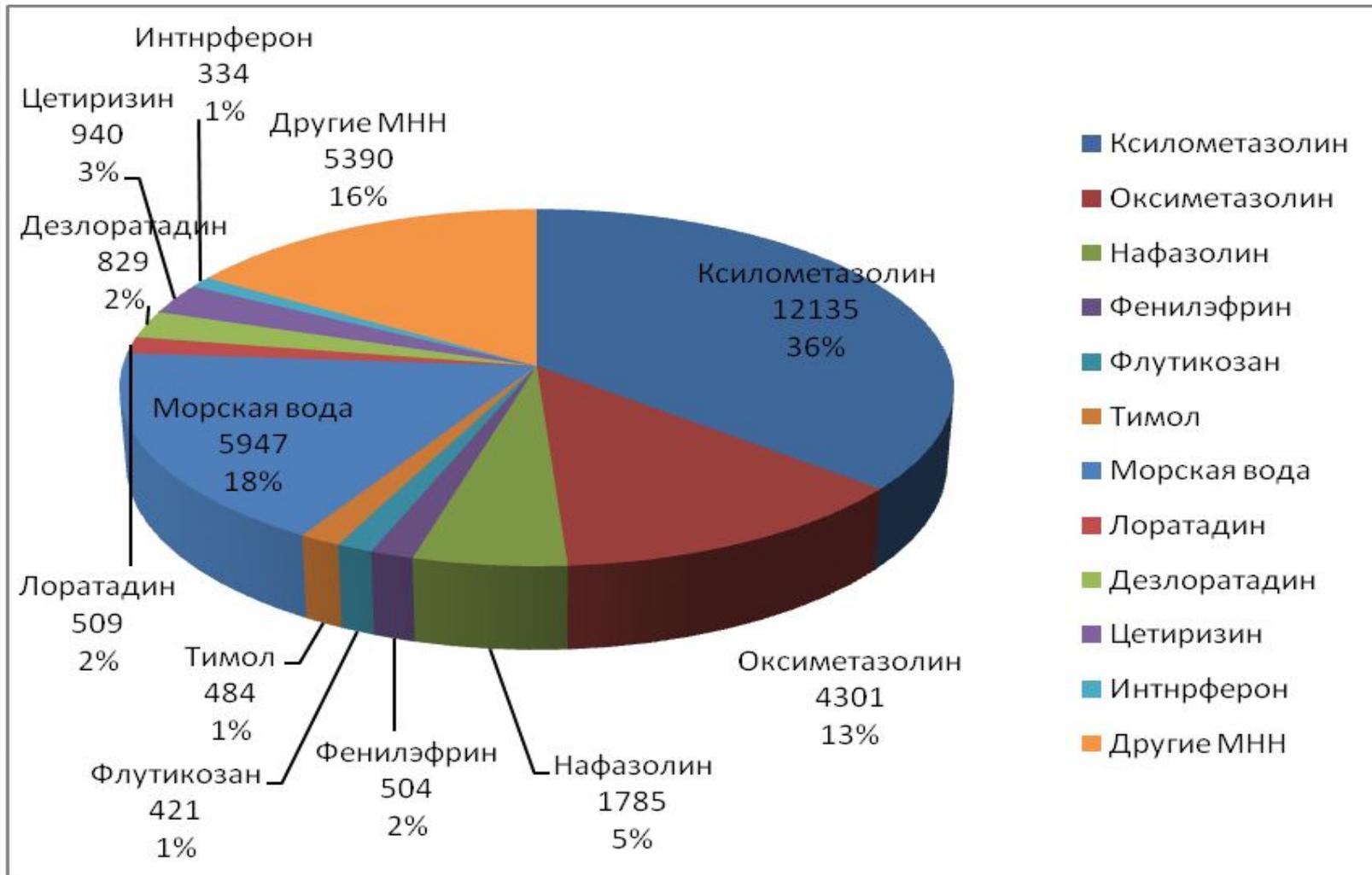
Где : $A_{фтг}$ – ассортимент ФТГ (количество наименований),
 A_o – ассортимент общий (количество наименований).



Доля спроса лекарственных препаратов по различным формам выпуска



Доля спроса лекарственных препаратов по МНН



Расчет коэффициентов

1. Коэффициент широты

$$K_n = \text{Шфакт} / \text{Шбаз},$$

где Шфакт. – количество групп, подгрупп товаров, имеющих в наличии в аптеке;
Шбаз. – количество групп, подгрупп товаров, разрешенных к применению в стране и представленных в Государственном реестре ЛС и изделий медицинского назначения

2. Коэффициент полноты ассортимента ЛС (K_n)

$$K_n = \text{Пфакт} / \text{Пбаз},$$

где

Пфакт – количество наименований лекарственных форм лекарственных средств для лечения ринитов.

Пбаз – количество наименований лекарственных форм лекарственных средств для лечения ринитов ,

разрешенных к применению в стране.

$$K_n = 128/187 = 0,68$$

3. Коэффициент глубины ассортимента ЛС (K_g)

$$K_g = \text{Гфакт} / \text{Гбаз},$$

где

Гфакт – количество наименований лекарственных препаратов для лечения ринитов ,
имеющихся в аптеке «Калина Фарм»;

Гбаз – количество наименований лекарственных препаратов для лечения ринитов ,
разрешенных к применению в стране.

$$K_g = 128/187 = 0,68$$

4. Степень (индекс) обновления (I_o)

$$I_o = m/M,$$

где: m – количество наименований новых товаров,

M – общее количество наименований товаров в ассортименте аптечного учреждения или разрешенных к применению в стране.

$$I_o = 8/120 = 0,07$$

ВЫВОД

Аптека для оптимизации потребления лекарственных препаратов для лечения ринитов должна обеспечить потребность населения в любом средстве. Но при этом она вынуждена думать и о получении финансовой прибыли, обеспечивающей ее выживание и развитие.

Следовательно, периодически необходимо проводить маркетинговое исследование рынка, не только лекарственных препаратов, предназначенных для лечения ринитов, но и других позиций для оптимизации управления ассортиментом лекарственных препаратов, что будет способствовать наращиванию конкурентных преимуществ аптеки.



Спасибо за внимание!

