

УДК [614.27:[615.1:661.158] (477)

І. В. Бушуєва, М. С. Пономаренко

*Запорізький державний медичний університет**Національна медична академія післядипломної освіти ім. П. Л. Шупика*

## ДОСЛІДЖЕННЯ І ПРОГНОЗУВАННЯ ПОПИТУ НА РИНКУ ВЕТЕРИНАРНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

*Макроекономічні інструменти регулювання ринку ветеринарних препаратів базуються на маркетингових дослідженнях, виявленні внутрішніх і зовнішніх зв'язків, системному вивченні різноманітних явищ та процесів. Особливістю ринку ветеринарних препаратів є те, що один і той самий препарат можна застосовувати для лікування багатьох видів тварин, але в різних дозуваннях і за різної тривалості лікування. На підставі відомостей про раціональні норми споживання ветеринарних препаратів і чисельність поголів'я різних видів тварин, а також прогнозів змін чисельності поголів'я видів тварин можна прогнозувати попит на ринку за видами ветеринарних препаратів, фармакотерапевтичними групами препаратів чи видами тварин. Отримавши дані про норми споживання ветеринарних препаратів і поголів'я тварин, можна визначити потенційну та реальну місткість ринку за фармакотерапевтичними групами ветеринарних препаратів, видами тварин, окремими регіонами.*

*Ключові слова:* регулювання ринку, ветеринарні препарати, прогнозування попиту, місткість ринку.

### ВСТУП

Макроекономічні інструменти регулювання ринку ветеринарних препаратів базуються на маркетингових дослідженнях, виявленні внутрішніх і зовнішніх зв'язків, системному вивченні різноманітних явищ та процесів, які відбуваються на даному ринку та у пов'язаних з ним сферах, формулюванні думок, з прийнятною достовірністю, щодо поточного стану та майбутніх процесів на цьому ринку тощо. На основі цих та інших методів, у тому числі й математично-статистичних, можна здійснювати певні прогнози та розробляти перспективні плани майбутнього розвитку.

Зважаючи на те, що здійснення заходів зі стимулювання розвитку галузі ветеринарної фармації, іншими словами – зростання пропозиції на ринку ветеринарних препаратів, є доцільним лише за умови існування попиту на них, тобто можливості їх реалізувати, одним з найважливіших питань є визначення поточних та перспективних обсягів реалізації ветпрепаратів (місткості ринку).

В маркетингу розрізняють такі поняття як «попит» та «потреба» [3, 4, 6]. У даному контек-

сті, потреба у ветеринарних препаратах – це їх необхідна кількість для забезпечення ефективної профілактики та лікування захворювань, а платоспроможний попит – це потреба, яка підкріплюється купівельною спроможністю споживача та деякими суб'єктивними неціновими факторами. Цілком очевидно, що для підтримання епізодичного благополуччя в країні важливо, щоб попит на ветеринарні препарати відповідав потребі.

### РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

В загальному, попит на ветеринарний препарат формується у три основні етапи: 1 – виникнення захворювання тварин (чи необхідність проведення профілактичних заходів); 2 – призначення ветеринарного препарату спеціалістом ветеринарної медицини; 3 – рішення про купівлю ветеринарного препарату.

Виходячи з цього, чинники, що формують попит на ветеринарні препарати, також можна поділити на три основні групи, а саме:

І. Чинники, що визначають потребу у медикаментозних профілактиці та лікуванні

1. Чисельність тварин і динаміка її зміни. Розвиток тваринництва у регіоні (в обох сегментах сільськогосподарських і свійських тварин) визначає одну з основних характеристик ринку – його місткість. Відповідно, в регіонах, де

© І. В. Бушуєва, М. С. Пономаренко, 2012

поголів'я тварин більше, рівень споживання ветеринарних препаратів теж вищий. При цьому поголів'я тварин необхідно аналізувати, поділяючи їх не лише на два сегменти (групу сільськогосподарських і групу свійських тварин), а й за структурою видів тварин.

2. Захворюваність тварин та епізоотична ситуація в регіоні визначають норми витрат ветеринарних препаратів на проведення профілактичних і лікувальних заходів для тварин на одну голову.

3. Кліматичні та екологічні чинники більшою мірою впливають на сегмент сільськогосподарських тварин. Суттєве погіршення екологічної ситуації в регіоні у короткотерміновому періоді може призвести до ускладнення здоров'я сільськогосподарських тварин і, як наслідок, до певного зростання потреби у ветеринарних препаратах. У довготерміновому періоді воно, швидше за все, призведе до скорочення поголів'я сільськогосподарських тварин і занепаду сільськогосподарського тваринництва у регіоні.

II. Чинники, що впливають на призначення ветеринарного препарату

1. Ветеринарні – визначають рівень ветеринарного обслуговування в регіоні.

2. Ветеринарно-фармацевтичні – визначають доступність ветеринарним спеціалістам ветеринарних препаратів та інформації про них.

III. Чинники, що впливають на придбання ветеринарного препарату

1. Макроекономічні. Група чинників, що відображає макроекономічні особливості регіону.

2. Соціально-економічні – визначають платоспроможність власників тварин.

3. Ветеринарно-економічні – відображають економічну доцільність ветеринарних заходів (профілактичної та лікувальної роботи) в регіоні.

4. Особливості регіонального ринку: конкуренція, структура товаропровідної мережі, ціни, очікування покупців тощо.

Характер і ступінь впливу перелічених чинників слід оцінювати окремо для кожного з двох основних сегментів ринку ветеринарних препаратів – сегмента сільськогосподарських тварин і сегмента домашніх тварин.

Оцінити місткість національного ринку ветеринарних препаратів на сучасному етапі та прогнозувати у майбутніх періодах в умовах підвищеної невизначеності є доволі складним завданням не лише для виробників ветеринарних препаратів, але й для державних органів управління.

При цьому науково обґрунтованою може бути лише норма споживання біологічних препаратів, які призначені для вакцинації (обов'язкова вакцинація згідно з планом проведення проти-

епізоотичних заходів, для інших же видів ветеринарних препаратів норму споживання потрібно визначати емпірично (в сучасних умовах – за допомогою дослідження споживання ветеринарних препаратів за певний проміжок часу за видами тварин на одну голову).

На підставі відомостей про раціональні норми споживання ветеринарних препаратів і чисельність поголів'я різних видів тварин, а також прогнозів змін чисельності поголів'я видів тварин можна прогнозувати попит на ринку за видами ветеринарних препаратів, фармакотерапевтичними групами препаратів чи видами тварин.

Однією з найголовніших проблем застосування нормативного методу в практиці маркетингових досліджень ринку ветеринарних препаратів (його сегментів) є відсутність науково обґрунтованих чи отриманих емпіричним шляхом норм споживання більшості видів ветеринарних препаратів. Необхідно також звернути увагу на той факт, що науково обґрунтована норма споживання відобразатиме не попит, а потребу у конкретному ветеринарному препараті для певного виду тварин на рік.

Особливістю ринку ветеринарних препаратів є те, що один і той самий препарат можна застосовувати для лікування багатьох видів тварин, але в різних дозуваннях і за різної тривалості лікування (застосування різних курсів лікування). Обчислити норму споживання того чи іншого препарату може бути утрудненим через можливу наявність на ринку великої кількості аналогів і замінників, використання яких у тому чи іншому випадку зумовлене здебільшого суб'єктивними (рекомендаціями ветлікарів, ставленням до виробника, країни виробника, рекламою, рекомендаціями родичів чи знайомих), а також ціновими факторами. Отримавши дані про раціональні норми споживання ветеринарних препаратів і поголів'я тварин (прогнози зміни чисельності поголів'я тварин за видами), можна визначити потенційну місткість ринку за фармакотерапевтичними групами ветеринарних препаратів і видами тварин [2, 8].

Після цього можна також оцінити потенційну місткість ринку для конкретного препарату конкретного виробника. З цією метою необхідно побудувати рейтинг препаратів-аналогів різних виробників із урахуванням не лише лікувальних і споживчих, а й економічних (ціна, активність рекламної кампанії, канали дистрибуції тощо) властивостей. Показники та їх рейтинг можна визначити, аналізуючи фактичний стан ринку препаратів, характеристики цих препаратів та дії відповідних фірм із просування препаратів на ринку. Розрахувавши рейтинг, можна

оцінити потенційну місткість ринку з урахуванням принципу Парето та відповідного значення рейтингу конкретного препарату [5, 9].

Реальну місткість ринку ветеринарних препаратів можна розрахувати, виходячи з емпірично визначених норм споживання ветеринарних препаратів.

Для планування майбутньої ситуації основним інструментом прогнозу є метод екстраполяції, за допомогою якого динаміка зміни попиту на перспективу визначається тенденціями його зміни у минулих періодах [1, 2, 7].

### ВИСНОВКИ

1. Система чинників формування попиту на ринку ветеринарних препаратів відображає етапи процесу ухвалення рішення про купівлю ветеринарного препарату: 1) виникнення захворювання тварин (чи необхідність профілактичних заходів), 2) призначення ветпрепарату спеціалістом ветеринарної медицини, 3) рішення про купівлю ветеринарного препарату, а також внесок учасників цього процесу.

2. Річну потребу (потенційну місткість ринку) у певному ветеринарному препараті чи певній фармакотерапевтичній групі препаратів можна розрахувати на підставі науково обґрунтованих норм споживання, а річний попит (реальну місткість ринку) – на підставі норм споживання, що отримані емпірично.

3. Отримавши дані про норми споживання ветеринарних препаратів і поголів'я тварин (прогнози зміни чисельності поголів'я тварин за видами), можна визначати потенційну та реальну місткість ринку за фармакотерапевтичними групами ветеринарних препаратів, видами тварин, окремими регіонами.

### ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Гаврилюк О. Г. Роль держави у регулюванні ринку ветеринарних препаратів / Логістика. Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – Львів: Вид-во НУ «ЛП», 2006. – С. 135-139.
2. Гаврилюк О. Г. Оцінка обсягу попиту і споживання на вітчизняному ринку ветеринарних препаратів / О.Г. Гаврилюк // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 4. – С. 74-82.
3. Голубков Е. П. Маркетинг: Словарь-справочник. – М.: Дело, 2009.– 440 с.
4. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финпресс, 2008. – 464 с.
5. Ізбанова В. Маркетинг ветеринарних препаратів – досвід роботи / В. Ізбанова // Ветеринарна медицина України. – 2008. – № 2. – С. 43.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг – 2-е европ. изд. – М.; СПб; К.: Издат. дом «Вильямс», 1999. – 1056 с.
7. Крикавський Є. В. Маркетингові дослідження / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, О.Б. Мних, О. А. Сорока – Львів : Інтелект-Захід, 2007. – 288 с.
8. Мищенко В. В. Государственное регулирование и планирование национальной экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://irbis.asu.ru/mmc/econ/u\\_gosreg/](http://irbis.asu.ru/mmc/econ/u_gosreg/).
9. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. – К.; М.; СПб. : Изд. дом «Вільямс», 2008. – 262 с.

**УДК [614.27:[615.1:661.158](477)**

**И.В. Бушуева, Н.С. Пономаренко**

**ИССЛЕДОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА НА РЫНКЕ  
ВЕТЕРИНАРНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ**

Макроэкономические инструменты регулирования рынка ветеринарных препаратов базируются на маркетинговых исследованиях, выявлении внутренних и внешних связей, системном изучении разнообразных явлений и процессов. Особенностью рынка ветеринарных препаратов является то, что один и тот же препарат можно применять для лечения многих видов животных, но в разных дозировках и при разной длительности лечения. На основании сведений о рациональных нормах потребления ветеринарных препаратов и численности поголовья разных видов животных, а также прогнозов изменений численности поголовья видов животных, можно прогнозировать спрос на рынке по видам ветеринарных препаратов, фармакотерапевтическим группам препаратов или видам животных. Получив данные о нормах потребления ветеринарных препаратов и поголовья животных, можно определять потенциальную и реальную емкость рынка по фармакотерапевтическим группам ветеринарных препаратов, видами животных, отдельным регионам.

**Ключевые слова:** регулирование рынка, ветеринарные препараты, прогнозирование спроса, емкость рынка.

**UDC [614.27:[615.1:661.158](477)**

**I. V. Bushuyeva, N. S. Ponomarenko**

**RESEARCH AND FORECASTING DEMAND IN THE MARKET OF VETERINARY MEDICINES**

Macroeconomic tools market regulation of veterinary products based on market research, identification of internal and external communications, a systemic study of various phenomena and processes. Feature of the market of veterinary drugs is the fact that the same product can be used to treat many kinds of animals, but in different dosing and at different durations of treatment. Based on the information on the rational norms of consumption of veterinary drugs and the number of different species of livestock, as well as changes in the number of livestock forecasts species can predict market demand for the types of veterinary medicines, pharmaceutical groups of drugs or types of animals. Obtain data on consumption rates of veterinary drugs and animal populations, it is possible to determine the potential and the actual size of the market for pharmacotherapeutic groups of veterinary drugs, animal species, individual regions.

**Key words:** market regulation, veterinary products, demand forecasting, market capacity.

*Адреса для листування:*

69035, м. Запоріжжя, пр. Маяковського, 26.

Кафедра клінічної фармації,  
фармакотерапії і УЕФ ФПО ЗДМУ.

Тел.: (061)236-22-94,

E-mail: bushujeva@zsmu.zp.ua

Надійшла до редакції:

26.11.2012