

заслуженного деятеля науки Республики Беларусь, проф. А. И. Ятусевича, Самарканд, 28–30 апреля 2021 года / Самаркандский институт ветеринарной медицины, Витебская государственная академия ветеринарной медицины. – Самарканд : Самаркандский институт ветеринарной медицины, 2021. – С. 40-42.

5. Рекомендации по применению пижмы при паразитозах животных / А. И. Ятусевич, И. А. Ятусевич, М. В. Скуловец [и др.]. – Витебск : УО ВГАВМ, 2019. – 16 с.

УДК 664.6/ 664.87

## **ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ВЕТЕРИНАРНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ**

**\*Филимонова И.М., \*Мулллаярова И.Р., \*\*Ибрагимова Г.Я.**

**\*ФГБОУ ВО «Башкирский государственный аграрный университет»,  
г. Уфа, Российская Федерация**

**\*\*ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет»,  
г. Уфа, Российская Федерация**

*С целью исследования рынка лекарственных препаратов в ветеринарных предприятиях был проведен социологический опрос с помощью Яндекс форм среди ветеринарных врачей и владельцев домашних животных. Был проведен анализ полученных данных с дальнейшей разработкой плана мероприятий для удовлетворения потребностей, необходимого спроса, планирования и осуществления сбыта лекарственных средств. **Ключевые слова:** маркетинговый анализ, ветеринария, ветеринарные препараты, ветеринарные клиники.*

## **VETERINARY MEDICINES MARKET RESEARCH**

**\*Filimonova I.M., \*Mulllayarova I.R., \*\*Ibragimova G.Ya.**

**\*Bashkir State Agrarian University, Ufa, Russian Federation**

**\*\*Bashkir State Medical University, Ufa, Russian Federation**

*In order to study the market of medicines in veterinary enterprises, a sociological survey was conducted using Yandex forms among veterinarians and pet owners. An analysis of the data obtained was carried out with the further development of an action plan to meet the needs, demand, planning and marketing of medicines. **Keywords:** marketing analysis, veterinary medicine, veterinary drugs, veterinary clinics/*

**Введение.** Маркетинг - это система экономической деятельности, которая включает в себя изучение рынка, планирование товарного ассортимента, разработку мероприятий для более полного удовлетворения существующих потребностей, выявление неудовлетворенного спроса и потенциальных потребностей, планирование и осуществление сбыта, воздействие на организацию и управление производством.

Таким образом, применять маркетинг – значит реализовать системный подход к управленческой деятельности с четко поставленной целью, детализированной совокупностью мероприятий, направленных на ее достижение, а также использовать соответствующий организационно-экономический механизм.

Субъектами маркетинга в сфере ветеринарного фармацевтического бизнеса являются производители товаров, организации обслуживания, оптовые и розничные торговые организации, специалисты по маркетингу и различные потребители ветеринарных товаров [1-3].

**Материалы и методы исследований.** Исследование проводилось посредством социологического опроса потребителей, а именно ветеринарных врачей и владельцев домашних животных с помощью Яндекс Форм.

Опрос проводился с целью определения уровня информированности специалистов в области ветеринарии о ветеринарной фармации, выявления проблем, с которыми, возможно, они часто встречаются, и изучения потребительских предпочтений. В анкетировании участвовали 50 респондентов из числа практикующих ветеринарных специалистов.

**Результаты исследований.** Современный рынок ветеринарных лекарственных препаратов Российской Федерации активно развивается. Ежегодно в РФ регистрируются и перерегистрируются около 307 ЛПВП. На данный момент зарегистрировано 2388 ВП, из которых 1507 – отечественного производства (63%). С 2021 по 2023 года зарегистрировано 218 отечественных вакцин.

Из результатов анкет выяснилось, что лишь 38% из общего количества респондентов имеют высшее ветеринарное образование, 53% - среднее ветеринарное образование, остальные 9% не имеют ветеринарного образования, но работают в этой сфере. При этом 50% опрошиваемых работают в ветеринарных организациях более 10 лет, что говорит нам о том, что специалисты, имеют большой кейс знаний и способны объективно говорить о проблемах, с которыми они встречаются в своей деятельности.

Приступая к теме о ветеринарных препаратах, респонденты отметили, что наиболее частым спросом пользуются антибиотики, противопаразитарные, в том числе инсектоакарицидные средства. Также большую долю в структуре спроса занимают вакцины. На вопрос «Сталкивались ли Вы с ситуацией, когда не хватает определенных ветеринарных препаратов?» около 60% респондентов не отрицают, что случаи нехватки препаратов действительно есть, а именно. не хватает вакцин для мелких домашних животных, противопаразитарных препаратов в таблетках, экспресс-диагностикумов и противовирусных средств.

В связи со сложившейся ситуацией в стране импорт европейских ветеринарных препаратов уменьшился. Поэтому Россия адаптируется к новым внешнеэкономическим условиям, ведется собственная разработка и выпуск ветеринарных лекарственных средств. Применение отечественных препаратов – аналогов импортных по качеству оценили респонденты на 4 балла из 5 возможных, что не может не радовать.

Также интересующей нас темой стало использование медицинских препаратов в лечении животных. На что 45,5% респондентов ответили «да, используем». При этом 68,2% ответили, что определенные ветеринарные и медицинские препараты идентичны по лечебным свойствам. В результате анкетирования была выявлена частота использования лекарственных препаратов для медицинского применения. 22,7% специалистов ответили «редко», 31,8% - «не используем», 45,5% «часто», что, по нашему мнению, отражает некоторую сложность с доступностью для потребителей конкретно ветеринарных лекарств.

**Заключение.** Проводимые социологические опросы позволяют установить проблемы в области обеспечения ЛВП практикующих специалистов.

Проводимый мониторинг обеспеченности теми или иными ветеринарными препаратами позволяет регулировать баланс сбора и предложения, делать анализ производителей, и статистику импорта или экспорта.

#### **Литература.**

1. Ибрагимова, Г. Я. Маркетинговое исследование средств индивидуальной защиты: антисептические средства / Г. Я. Ибрагимова, Г. Р. Иксанова, А. Д. Муратолиева // Вестник современной клинической медицины. – 2021. – Т. 14, № 2. – С. 21-25. – DOI 10.20969/VSKM.2021.14(2).21-25. – EDN PARFLR.

2. Ибрагимова, Г. Я. Маркетинговый анализ рынка медицинских масок и респираторов / Г. Я. Ибрагимова, Г. Р. Иксанова // Медицинский вестник Башкортостана. – 2020. – Т. 15, № 3 (87). – С. 68-72. – EDN KXGOKY.

3. Маркетинговые исследования по совершенствованию лекарственного обеспечения населения в регионах России / И. Н. Айро, Н. А. Андреева, А. Ф. Бандура [и др.]. – Уфа : ООО «Аэтерна», 2019. – 303 с. – ISBN 978-5-00109-782-2. – EDN WBRLGB.

УДК 637.074

## **РАЗРАБОТКА ТЕСТ-СИСТЕМЫ ДЛЯ ДИАГНОСТИКИ МАСТИТА КОРОВ НА ОСНОВЕ ХЛОР-САХАРНОГО ЧИСЛА**

**Фокина А.А., Носкова В.И.**

ФГБОУ ВО «Вологодская государственная молочнохозяйственная академия  
имени Н. В. Верещагина», г. Вологда, Российская Федерация