

11,9 %, кремів 11,5 % та розчинів 11,5 %. Основними державами-імпортерами являються Італія 5,5 %, Індія 13 %, Туреччина 4,5 % та Німеччина 8,5 % [5]. З метою розширення асортименту протигрибкових лікарських препаратів доцільно розробити склад і технологію нового вітчизняного лікарського препарату, яким може бути комбінований лікарський засіб на основі інтерферону та антимікотиків.

#### Список літератури

1. Голубка О. В. Поширення кандидозів, загальна характеристика збудника, особливості лабораторної діагностики / О. В. Голубка // *Annals of Mechnikov Institute*. — 2011. — Т. 2. — С. 51–59.
2. Федотов В.П., Дюдюн А.Д. Урогенитальный кандидоз // *Международный научно-практический журнал по современным проблемам патогенеза, диагностики и лечения микозов* – 2012. - N 1. - С. 103-110.
3. Маркетингові дослідження ринку протигрибкових лікарських засобів для місцевого застосування / О. І. Тихонов, О. Є. Фролова, О. П. Гудзенко [та ін. ]// *Соціал pharmacy in health care*. — 2015. — Т. 2, No 2. — С. 77–81
4. Сахарук Н. А. Чувствительность штаммов *Candida albicans*, изолированных от пациентов с хроническими кожными заболеваниями к антимикотическим антибиотикам и растительным антисептикам / Н. А. Сахарук, А. В. Фролова // *Медицинская панорама: рецензируемый научно-практический журнал для врачей и деловых кругов медицины*. — 2009. — N 1. — С. 57–59.
5. Державний реєстр лікарських засобів України. Режим доступу: <http://www.drlz.com.ua/>

УДК 339.13.017

### ДОСЛІДЖЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ ТА НАСЕЛЕННЯ ЩОДО ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ ПРИ ЗАХВОРЮВАННЯХ ПЕЧІНКИ

*Дорохова Л.П., Бакаєва А.А.*

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

**Вступ.** Лікарські засоби, що застосовуються при захворюваннях печінки, є достатньо популярною фармакотерапевтичною групою серед населення і професіоналів охорони здоров'я [1]. Дослідження щодо цієї групи лікарських препаратів проводилися багатьма науковцями у різні періоди часу [2-5]. Препарати мають значну частку в аптечному асортименті. Значна частка лікарських препаратів групи є такими, що відпускаються без рецепта лікаря, а отже, споживачі можуть самостійно приймати рішення щодо покупки. При цьому фармацевтичні фахівці можуть безпосередньо впливати на процес покупки, на усвідомлення споживачем відповідального рішення щодо придбання того чи іншого препарату. Вивчення обізнаності фармацевтичних працівників та населення, проведення маркетингових досліджень, спрямованих на вивчення споживчої поведінки, факторів, що впливають на вибір препаратів

забезпечує прийняття ефективних маркетингових та управлінських рішень.

**Мета дослідження.** Вивчення обізнаності фармацевтичних працівників та відвідувачів аптек щодо лікарських засобів, що застосовуються при захворюваннях печінки, спрямоване на з'ясування задоволення потреб та вдосконалення асортименту гепатопротекторних препаратів в аптечних мережах, на запобігання проблем, що виникають при самолікуванні.

**Методи дослідження.** Маркетингове дослідження проведено з використанням порівняльного, графічного методів, застосовано кабінетні та польові методи маркетингових досліджень, опитування, спостереження, методи структурування і класифікації. Інформаційну базу дослідження склали дані наукової періодичної літератури, сайти мережі Інтернет, результати опитування.

**Основні результати.** Провізори та фармацевти аптек є важливою цільовою аудиторією для маркетингових заходів фармацевтичних компаній з просування лікарських засобів.

Одним з часто використовуваних критеріїв оцінки ефективності маркетингових заходів з просування лікарських засобів є обізнаність цільових аудиторій про лікарський засіб.

Обізнаність можна оцінити за результатами анкетного опитування. За спеціально розробленою нами анкетною в письмовому вигляді було проведено анкетування провізорів та фармацевтів аптек в період лютий-квітень 2018 року. В опитуванні взяли участь респонденти з м. Харкова та Харківської області. За даними опитувань працівників аптек, можна відмітити, що серед препаратів, які найбільше користуються попитом є Карсил (20%), Силібор 35 та Гепабене по (18%), також багато рекомендують Есенціале Форте (17%). Розторопші плоди також користуються популярністю у працівників аптек і займають (15%). Далі з великим великим відривом слідує Артишоку екстракт (6%), Галстена та Глутаргін по (3%).

За результатами анкетного опитування встановлено, що поради того чи іншого лікарського препарату були обумовлені у (60%) провізорів та фармацевтів особистим досвідом, частим призначенням лікаря у (20%) фармацевтичних працівників, до рекомендацій колег в аптеці та спеціальної літератури/інтернету прислухається по (10%) провізорів та фармацевтів. До рекомендацій родичів та знайомих не прислухаються зовсім, що є безумовним плюсом, оскільки це було б не професійно.

Також проведено опитування провізорів та фармацевтів стосовно їх рекомендацій по групам препаратів. На основі дослідження виявилось, що провізори рекомендують виключно дві основні групи препаратів для лікування печінки – препарати, що містять есенціальні фосфоліпіди (55%) та препарати на основі рослинної сировини (45%).

Не дивлячись на розвиток сучасних легкодоступних джерел інформації про лікарські засоби, рекомендації провізорів та фармацевтів, як і раніше, є важливим критерієм вибору безрецептурних лікарських засобів. За результатами попереднього опитування встановлено, що багато відвідувачів прислухаються до порад провізорів та фармацевтів аптек. Можна зазначити, що

переважна більшість споживачів (57%) слідує цим рекомендаціям беззаперечно, а менша частина відвідувачів – (43%) вибірково.

Отже, за результатами анкетного опитування провізорів/фармацевтів, можна зазначити їх високий рівень професіоналізму та обізнаності у препаратах для лікування захворювань печінки.

Окрім анкетного опитування фармацевтів та провізорів, також було проведено опитування серед населення України.

З метою з'ясування задоволення потреб відвідувачів та вдосконалення асортименту препаратів для лікування печінки в аптечних мережах, спеціально для цього маркетингового дослідження розроблено електронну анкету за допомогою онлайн-сервісу Google форм (режим доступу: <https://docs.google.com/forms/d/1k4rsJWgiaKrrNkM1ilcc7m4GOC7nRsJ2Cry-bQYk5Xc/edit>). За результатами анкетного опитування потенційних споживачів одержано розподіл респондентів за критеріями статі, віку, рівня доходів тощо. Серед опитаних респондентів більша частина була представлена жіночою аудиторією (69,6%) і менша частина чоловічою (30,4%). Розподіл респондентів за віковими категоріями показав, що препаратами для лікування печінки найбільше користуються люди віком від 21 до 30 років (30,4%) та люди віком від 46 до 55 років (30,4%). Населення віковими категоріями від 31 до 45 років та 56 років і старші по (17,4%) і найменше користується цими лікарськими засобами молодь до 20 років. Найбільша кількість опитаних мають вищу освіту (60,9%), середню спеціальну освіту отримали (30,4%) опитаних і з неповною вищою освітою - (8,7%).

Було встановлено, що серед респондентів дохід на одного члена сім'ї в місяць найбільше мають від 3201 до 5000 грн (43,5%), від 1544 до 3200 грн мають (39,1%) опитаних, значно менше респондентів мають – від 5001 до 7000 грн (13%) і практично ніхто не має доходу, який перевищує 7000 грн. на одного члена сім'ї. Проведений аналіз доходів на одного члена сім'ї, дає можливість розглянути, яку частину доходу витрачають респонденти на препарати для лікування печінки. Згідно опитування, найменшу суму у розмірі 200 грн витрачає більшість (66,7%) опитаних, інші категорії витрачають від 201 до 300 грн, від 501 до 1000 грн і понад 1000 грн в однаковому відсотковому співвідношенні (9,5%).

Що стосується періоду застосування препаратів для лікування печінки, більша частина опитаних застосовує їх протягом місяця (52,2%), від 1 місяця до 6 місяців застосовує (21,7%) користувачів, понад 3 роки застосовують гепатотропні лікарські засоби (17,4%) і взагалі не застосовують (8,7%) опитаних.

Аналіз джерел інформації, за якими відвідувачі дізнаються про засоби для лікування печінки, свідчить, що найбільшою довірою користуються лікарі (59,1%), також прислухаються до порад провізорів (40,9% опитаних), на вибір (31,8%) впливають знайомі, користуючись інтернетом здійснюють вибір лікарського засобу (22,7%) і найменше (18,2%) звертають увагу на рекламу по телебаченню.

По відношенню до виробника, респонденти майже в однаковій мірі

віддають перевагу як зарубіжним виробникам (48%), так і вітчизняним – (52%).

Згідно анкетного опитування, серед населення найбільшою популярністю користуються Карсил (36%), на другому місці Есенціале Форте та Розторопші плоди по (17%), третє місце посіла Галстена (13%). Лікарському засобу Силібор 35 віддали перевагу (9%) опитаних та Урсофальк та Артишоку плоди мають лише по (4%). Гепабене та Гепатосан жоден з респондентів не обрав.

Серед причин покупки даних лікарських засобів, найбільш значущими вважають відновлення клітин печінки (38%), покращення травлення (31%) та виведення токсинів (28%). Стимуляція утворення нових клітин печінки є причиною покупки гепатопротекторів тільки у (3%) опитаних. Зниження рівня «поганого холестерину» та перешкоджання появи сполучної тканини в печінці обрано в поодиноких відповідях.

Критерії, які впливають на вибір споживачів, за результатами анкетного опитування показали, що на першому місці є ефективність лікарського засобу (32%), на другому місці ціна (25%), на третьому – безпечність (17%). Склад лікарського препарату обрали всього (6%) опитаних. В однаковому відсотковому співвідношенні по (4%) респонденти проголосували за бренд, швидкість дії, зручність у застосування і країну-виробника. Критерії, яким менше всього віддають перевагу в цьому ранжуванні - реклама та інше (2%). За одержаними відповідями виявилось, що взагалі ніякого значення опитані не приділяють дизайну упаковки лікарського засобу – 0%, або, принаймні вони так стверджують.

Дослідження показало, що серед факторів, якими користується населення при виборі місця покупки препаратів для лікування печінки найважливішим є ціну ліків – (21%), далі дивляться на розташування місця покупки (19%). Компетентність персоналу важлива (15%) опитаних, а досвід роботи на ринку – (13%). Такі фактори, як швидкість доставки товару (в разі здійснення замовлення кур'єром) та принципи мерчандайзингу грають меншу роль при виборі препарату опитаними, тому у відповідях майже не обирались.

За результатами анкетування відвідувачів складено портрет споживача, також з'ясовано, що населення України є достатньо проінформованим щодо препаратів для лікування печінки завдяки різним джерелам інформації та відповідального самолікування.

**Висновки.** Таким чином, проведено маркетингове дослідження вивчення обізнаності фармацевтичних працівників та відвідувачів аптек щодо лікарських засобів, що застосовуються при захворюваннях печінки, з'ясовано задоволення потреб відвідувачів в гепатопротекторних препаратах в аптечних мережах.

За результатами маркетингових досліджень серед населення та провізорів/фармацевтів встановлено, що за оцінкою працівників аптек найбільше користуються попитом Карсил (20%), Силібор 35 та Гепабене по (18%) і Есенціале Форте (17%); за оцінкою відвідувачів перевагу віддають Карсилу (36%) опитаних, на другому місці Есенціале Форте та Розторопші плоди по (17%), третє місце займає Галстена (13%). Опитані майже в однаковій мірі віддають перевагу і вітчизняним виробникам (52%), і зарубіжним – (48%). Найчастішими причинами покупки препаратів для лікування печінки було

відмічено відновлення клітин печінки (38%), покращення травлення (31%) та виведення токсинів (28%). Ефективність лікарського засобу (32%), цінова політика (25%) та безпечність (17%) є головними причинами покупки гепатопротекторів серед населення, а розташування аптеки відмічають серед найважливіших факторів, впливаючих на вибір місця покупки гепатопротекторів.

### Список літератури

1. Malyi, V. V. Analysis of factors causing attractiveness of the market of hepatoprotectors from a marketing perspective / V. V. Malyi, Moussa Istanis Marvek Medhat / Perspective trends in scientific research – 2015 : materials of International scientific and practical conference, vol. 2. – Bratislava, 2015. – P. 113-114.

2. Матяшова, Н. О. Аналіз асортименту та соціально-економічної доступності гепатопротекторів в Україні / Н. О. Матяшова, О. В. Ткачова // Клінічна фармація. – 2017. – Т. 21, № 1. – С. 25-28. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/KIPh\\_2017\\_21\\_1\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/KIPh_2017_21_1_6)

3. Немченко, А. С. Дослідження вітчизняного ринку гепатопротекторних засобів. Повідомлення 1 / А. С. Немченко, А. Р. Грицик, І. О. Федяк // Ліки України. – 2008. – №2. – С. 102-107.

4. Немченко, А.С. Дослідження вітчизняного ринку гепатопротекторних засобів. Повідомлення 2 / А. С. Немченко, А. Р. Грицик, І. О. Федяк // Ліки України. – 2008. – №4. – С. 89-94.

5. Слободянюк, М. М. Ринок препаратів для лікування патологій гепатобіліарної системи в Україні [Електронний ресурс] / М. М. Слободянюк, Г. Б. Котляров // Провізор. – 2008. - № 3. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.provisor.com.ua/archive/2008/N03/patal\\_308.php](http://www.provisor.com.ua/archive/2008/N03/patal_308.php)

УДК 615.1

## ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ПРЕПАРАТІВ НООТРОПНОЇ ДІЇ

*Дрозд Т.П., Парнюк Н.В.*

Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя, Україна

В наш час все більше зростає темп життя сучасної людини. Збільшується обсяг інформації, яку потрібно переробити і запам'ятати, зростає навантаження на нервову систему. В результаті цього виникає ще більша потреба в лікарських засобах, які при мінімумі побічних ефектів, роблять значний позитивний вплив на пам'ять, процеси сприйняття, мислення, навчання. Цю задачу і покликані вирішувати ноотропні лікарські засоби.

Ноотропами називають препарати, які чинять специфічний вплив на найвищі інтегративні функції мозку, стимулюють процес навчання, поліпшують пам'ять і розумову діяльність, підвищують стійкість мозку до агресивних впливів, підсилюють кортико-субкортикальний зв'язок.

**Метою роботи** стало вивчення асортименту сучасних лікарських засобів та перспектив створення вітчизняних конкурентноспроможних лікарських препаратів з ноотропною дією.