

АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ ЩОДО АСОРТИМЕНТУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ЩО ДІЮТЬ НА НЕРВОВУ СИСТЕМУ

Малініна Н.Г.

Національний фармацевтичний університет

malinina_nata@ukr.net

Вступ. На сьогоднішній день відзначається стійка тенденція до зростання рівня неврологічних розладів здоров'я серед населення. З огляду літератури встановлено основні фактори, які впливають на стан здоров'я людини: ♦ соціально-економічні проблеми; ♦ інформаційна перенасиченість; ♦ хронічна втома; ♦ екологічна ситуація. Дані негативні фактори спонукують організм людини до підвищеної стомлюваності, зниження її працездатності, появи дратівливості, напруженості, тривоги, зниження настрою, втрати звичних інтересів, невмотивованим страхам, порушень сну.

У зв'язку з цим актуальним є дослідження фармацевтичного ринку лікарських засобів (ЛЗ), що діють на нервову систему (N) та вивчити ставлення споживачів до фармакологічної групи N 05C «Снодійні та седативні препарати» відповідно до АТС -класифікації.

Мета роботи. Проаналізувати фармацевтичний ринок ЛЗ, що діють на нервову систему та вивчити асортимент седативних та снодійних ЛЗ в аптечному закладі ТОВ «ФК М.», м. Харків (далі – аптечний заклад). Провести анкетування серед відвідувачів аптечного закладу та оцінити їх ставлення до фармакологічної групи N 05C «Снодійні та седативні препарати».

Для проведення дослідження були використані наступні **матеріали та методи дослідження**: нормативно-правові документи, сайти мережі Інтернет, товарний асортимент ЛЗ, що діють на нервову систему аптечного закладу, із використанням документального, нормативно-правового та графічного аналізу.

Результати дослідження свідчать, що найбільш оптимальними для лікування невротичних станів є седативні ЛЗ, які широко використовуються в амбулаторній практиці при неврозах, легких формах сну, нейрогенних захворюваннях, нейроциркулярній дистонії, клімактеричному синдромі, підвищенні нервово-м'язового збудження, спазмофілії та ларингоспазмі. Підвищений інтерес до седативних ЛЗ з боку споживачів обумовлений можливістю щодо самолікування, легкістю їх застосування, простотою дозування, мінімумом протипоказань і побічних ефектів.

Далі становило інтерес проаналізувати асортимент групи N 05 «Снодійні та седативні препарати» в аптечному закладі.

Асортимент групи N 05 «Снодійні та седативні препарати»

№ п/п	Торгове найменування	Виробник (країна)	Форма випуску; дозування	Ціна, грн./уп.
1.	Алора®	НОБЕЛФАРМА ІЛАЧ САНАЇ ВЕ ТІДЖАРЕТ А.Ш., Туреччина	Табл., 100 мг № 20; Сироп 100 мл.	29,50 24,80
2.	Барбовал®	ВАТ "Фармак", м. Київ, Україна	Капсули тверді № 30 ; Краплі по 25 мл у флаконах.	25,00 9,60
3.	Валеріана	Медика АТ, Болгарія	Табл., 30 мг № 30	13,00
4.	Валеріани екстракт	ВАТ "Борисовський завод медичних препаратів", м. Борисов, Мінська обл., Республіка Білорусь	Табл., 0,02 г № 50	2,20
5.	Валеріани настойка	ЗАТ Фармацевтична фабрика "Віола", м. Запоріжжя, Україна	Настойка по 25 мл у флаконах	3,95
6.	Заспокійливий збір № 2	ЗАТ Фармацевтична фабрика "Віола", м. Запоріжжя, Україна	Збір по 50 г у пакетах (у пачках або без пачок)	5,50
7.	Корвалдин®	ВАТ "Фармак", м. Київ, Україна	Краплі по 25 мл у флаконах	9,80
8.	Корвалол®	ВАТ "Фармак", м. Київ, Україна	Краплі по 25 мл у флаконах № 1	6,10
9.	Ново-Пасит	ТЕВА Чех Індастріс.р.о., Чеська Республіка	Табл. № 30 (10x3); Сироп у флаконах	69,50 29,00
10.	Півонії настойка	ВАТ "Хімфармзавод "Червона зірка", м. Харків, Україна	Настойка по 100 мл у флаконах	4,60
11.	Пустирника настойка	ТОВ "ДКП "Фармацевтична фабрика", м. Житомир, Україна	Настойка по 25 мл у флаконах	1,70
12.	Релаксил	ПАТ "Київський вітамінний завод", м. Київ, Україна	Капсули тверді № 20 (10x2)	25,80
13.	Седавіт®	АТ "Галичфарм", м. Львів, Україна	Розчин оральний по 100 мл у флаконах	16,00
14.	Седавіт®	ВАТ "Київмедпрепарат", м. Київ, Україна	Табл. № 20	22,80
15.	Седасен	Спільне українсько-іспанське підприємство "Сперко Україна", м. Вінниця, Україна	Капсули № 40	25,00
16.	Седафітон	ПАТ "Фітофарм", м. Артемівськ, Донецька обл., Україна	Табл. № 96 (12x8)	43,00

Як видно з табл., асортимент групи N 05 «Снодійні та седативні препарати» в аптечному закладі представлено 16 торговими назвами, які виробляються 13 виробниками з 5 країн світу. За результатами проведеного дослідження встановлено, що виробництво седативних та снодійних ЛЗ є у всьому світі, в тому числі в Україні.

Так, група N 05 «Снодійні та седативні препарати» представлена на фармацевтичному ринку в наступних лікарських формах (ЛФ): таблетки – 34,0%, капсули – 19,0%, краплі для перорального застосування – 19,0%, настойки для перорального застосування – 14,0%, трави та збори – 6,0%; сиропи – 4,0%, розчини оральні – 4,0%. Щодо цінової політики в аптечному закладі з'ясовано, що найдешевший ЛЗ є «Пустирника настойка» (1,70 грн.) самий дорожчий ЛЗ у вигляді таблеток «Ново-Пасит» (69,50 грн.). Також, слід зазначити, що ціни на тверді ЛФ (таблетки та капсули) у середньому в 2-3 рази перевищують вартість рідких ЛФ (настоюк, крапель, сиропів).

Наступним етапом було проведено анкетування (83 респондентів) відвідувачів аптечного закладу, з метою вивчення мотивації споживачів щодо використання снодійних та седативних ЛЗ (група N 05). Результати анкетування свідчать, що переважну кількість споживачів складають жінки віком: ♦ від 16 до 25 років (57,8%); ♦ від 41 до 55 років (26,7 %) та чоловіки (15,5%) віком від 41 до 55 років. З'ясовано, що основними джерелами інформації щодо використання снодійних та седативних ЛЗ є медична література (32,5%), Інтернет сайти (24,1%) та спеціалісти фармації (8,4%). Встановлено, що інформація щодо застосування є важливою для 68,7 % опитуваних респондентів, а саме: ♦ асортимент – 33,0%; ♦ показання до застосування – 24,2%; ♦ побічна дія – 20,0%; ♦ склад – 13,6%; ♦ спосіб застосування та дози – 8 %; ♦ інше – 1,2%. Визначено, що 53,0 % відвідувачів аптечного закладу хоча б раз у житті споживали снодійні та седативні ЛЗ (з ціллю лікування – 32,0 % , профілактики – 21,0 %). З приводу вибору ЛФ, визначено, що 60,0% опитуваних респондентів надають перевагу таблеткам, 17,5% – капсулам, 20,0 % – настойкам і краплям та 2,5% – лікарської рослинної сировини. Також споживачі віддають перевагу більше імпортним снодійним та седативним ЛЗ – 60,5 %, а вітчизняним (39,5 %).

З'ясовано, що найбільш бажаними формами реклами респонденти вважають інструкцію щодо застосування ЛЗ, брошуру та повідомлення і публікації в спеціалізованих медичних та фармацевтичних виданнях.

Таким чином, проведене анкетування показало ставлення споживачів до групи N 05 «Снодійні та седативні препарати». За результатами аналізу асортименту ЛЗ, що діють на нервову систему, фахівцям фармації та керівництву аптечного закладу можна краще спрогнозувати пропозиції на фармацевтичному ринку.