

## ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ ОФТАЛЬМОЛОГІЧНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

Мордовець Є. М.\*, Пестун І. В.\*, Кобець М. М.\*, Кобець Ю. М.  
\*Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна  
maya4ok777@yahoo.com

Зір забезпечує можливість трудової і творчої діяльності. Завдяки очам людина отримуємо 95% інформації про навколишній світ. Захворювання очей, що веде до зниження зору і тим більше до сліпоти, – величезне нещастя для людини. Патології очей мають соціальну значущість, оскільки виключають іноді ще досить молоду, здорову і працездатну людину з трудової діяльності.

*Мета роботи* – дослідження поведінки споживачів офтальмологічних лікарських засобів.

*Матеріали та методи.* Проведено анкетування 70 споживачів різних аптек м. Харкова. Були розроблені анкети для цільової групи споживачів.

*Результати.* Основний сегмент споживачів офтальмологічних лікарських засобів (ЛЗ) є відвідувачі аптеки віком понад 60 років, за соціальним статусом основні відвідувачі – це пенсіонери. Рівень доходів на одного члена сім'ї в середньому складає від 4000 грн. до 6000 грн. Здебільшого аптеку відвідують жінки (74,3%). Для більшості споживачів кваліфікаційність персоналу та оптимальність цін є визначними характеристиками при відвідуванні аптеки. За призначенням лікаря купують ЛЗ майже половина опитаних споживачів (49,6%), за рекомендацією провізора (фармацевта) – 34,2% опитаних. Для більшості респондентів найважливішою інформацією про ЛЗ є ефективність, безпека та ціна. У процесі аналізування анкетних даних було встановлено, що більшість людей (64,3%) звертаються до лікаря-офтальмолога тільки по мірі необхідності (при проходженні медичного огляду, появленні захворювання очей), 28,6% респондентів один раз на півроку звертаються за консультацією до спеціаліста. При появі перших ознак захворювання більшість респондентів звертаються за порадою до лікаря (64% опитаних), менший відсоток – 27,3% користуються консультацією провізора (фармацевта), але є споживачі які самостійно призначають собі лікування – 7%. Серед препаратів, які використовували споживачі, найбільшу частку мають краплі очні Тауфон, ЗАТ «Біофарма» (Україна); краплі очні 0,015% Квінакс, «Alcon-Couvreur» (Бельгія); краплі очні 2% Калія йодид, ТОВ «ДЗ ДНЦЛЗ» (Україна) та краплі очні Офтан-катахром, «Santen OY» (Фінляндія).

*Висновки.* Проведені дослідження дозволили вивчити та проаналізувати загальну структуру споживчих переваг, виявити і узагальнити основні характеристики, які формують попит на офтальмологічні ЛЗ.