

Мета роботи. Метою дослідження був аналіз практики дистанційної торгівлі ЛЗ за кордоном.

Матеріали та методи. Був застосований метод кабінетного аналізу. Для проведення дослідження були використані нормативні документи, що регулюють дистанційну торгівлю ЛЗ в різних країнах, наукові публікації.

Отримані результати. У країнах Європи продажі безрецептурних ЛЗ через Інтернет почали розвиватися близько 20 років тому. Наприклад, в Швеції вони дозволені з 2002 р., а в Ірландії та Іспанії — з 2006 р. Продаж ЛЗ за допомогою інтернет-сервісів дозволений у США з 2008 р. Більшість країн дозволяє продаж безрецептурних ліків, за умови дотримання спеціальних правил для захисту безпеки пацієнтів. Деякі країни дозволили дистанційний продаж для рецептурних ЛЗ, зокрема Німеччина, Фінляндія, Швейцарія, Швеція та Естонія. У країнах, які дозволяють реалізацію ЛЗ через Інтернет, цей вид діяльності зазвичай вимагає дозволу регуляторного органу, як в Німеччині, Франції, Швейцарії та Естонії, або повідомлення регуляторного органу, як в Бельгії та Ірландії. У більшості країн вимоги до відпуску ЛЗ через Інтернет аналогічні тим, що застосовуються до відпуску в умовах аптеки, але в деяких країнах передбачені додаткові вимоги, наприклад, у Франції не дозволяється відпускати ЛЗ, якщо у пацієнта відсутня можливість поспілкуватися з фармацевтом. У більшості країн, де дозволено реалізацію ЛЗ через Інтернет, аптеки повинні бути готові надавати консультації після відпуску ЛЗ (зазвичай після отримання ЛЗ пацієнтом).

Висновки. Результати аналізу показують, що в багатьох країнах дозволений Інтернет-продаж не тільки безрецептурних, але і рецептурних ЛЗ, але такий продаж зазвичай повинен супроводжуватися професійною консультацією фармацевта. Це істотно підвищує доступність фармацевтичної допомоги, а з розвитком сучасних інформаційних технологій, отримання консультації фармацевта онлайн або по телефону є адекватною заміною консультації при відвідуванні аптеки.

ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ ПРИ ВИБОРІ АНТИГІСТАМІННИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ СИСТЕМНОГО ЗАСТОСУВАННЯ

Чегринець А. А.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна
annachehrynets@gmail.com

Актуальність. Алергія є одним із розповсюджених захворювань, яке може спостерігатися у людини впродовж всього життя. Алергічні захворювання можуть призводити до досить значних погіршень якості життя людини та зменшувати її працездатність.

Мета роботи. Метою роботи було дослідження споживчих переваг під час вибору антигістамінних засобів для системного застосування.

Матеріали та методи. Для досягнення поставленої мети було використано методи опитування (анкетування), аналізу та статистичної обробки даних.

Отримані результати. На першому етапі дослідження нами було визначено соціально-демографічний портрет споживачів антигістамінних засобів для системного застосування. В анкетуванні прийняло участь 129 відвідувачів аптек міста Харкова. Серед респондентів більшу кількість складають жінки – 57 % та 32 % переважають особи у віці від 31 до 40 років. Під час опитування було визначено, що 38 % відвідувачів аптек складають робітники, 21 % – підприємці, 14 % – це пенсіонери. На наступному етапі дослідження було виявлено споживчі переваги та основні фактори, які мають змогу вплинути на вибір

антигістамінних препаратів. За результатами анкетування було встановлено, що переважна більшість опитаних надає перевагу таблеткам (65 %), сиропам та краплям оральним 11 % та 10 % респондентів. 5 % споживачів віддають перевагу драже, 4 % – оральним розчинам, 3 % – розчинам для ін'єкцій. Найменшу перевагу споживачі віддають шипучим таблеткам (1%) та гранулам для суспензій (1%). Також визначено виробники лікарських засобів, яким відвідувачі надають свою перевагу. Переважна більшість респондентів надає перевагу закордонним виробникам (62%). І тільки 38 % віддають перевагу вітчизняним антигістамінним засобам. Під час аналізу визначено фактори, які можуть впливати на рішення про купівлю антигістамінних лікарських засобів. Головним фактором, який впливає на рішення купити лікарський засіб для 41 % опитуваних є рекомендації провізора і лише для 26 % респондентів все ж таки є рекомендація лікаря. Інформація з Інтернету впливає на 19 % опитаних, реклама на 7 %. Поради родичів та знайомих впливають на 5 % опитаних. Журнали та газети чинять найменший вплив на респондентів (2 %).

Висновки. Проведено дослідження споживчих переваг та виявлено основні фактори, які можуть впливати на вибір антигістамінних засобів для системного застосування.

АНАЛІЗ РИНКУ ПРОТИЗАПЛІДНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

Шеншина Ю. О.

Науковий керівник: Бабічева Г. С.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

babicheva.ann5@gmail.com

Актуальність. Охорона репродуктивного здоров'я населення і планування сім'ї на сьогодні мають бути пріоритетними напрямками державної політики України, особливо в умовах демографічної кризи. Використання сучасних методів і засобів контрацепції знижує ризик незапланованої вагітності та сприяє збереженню репродуктивного здоров'я жінок. На вітчизняному фармацевтичному ринку на сьогодні представлені чисельні засоби контрацепції різних форм та механізмів дії. Вважається, що гормональні контрацептиви є одними з найбільш ефективних, проте популярність та динаміка споживання даних засобів серед українських жінок дещо нижча, ніж у країнах Європейського союзу.

Поряд з ефективністю важливими критеріями вибору методів планової контрацепції є безпечність, фізична та економічна доступність протизаплідного лікарського засобу (ПЛЗ). Споживачі також мають право на отримання достовірної та доступної для розуміння інформації про механізми дії засобів контрацепції, можливі побічні ефекти, ускладнення і протипоказання. Зважаючи на це, доцільним є аналіз асортиментних позицій сучасних ПЛЗ, представлених на фармацевтичному ринку України.

Мета роботи. Метою роботи є дослідження ринку ПЛЗ та тенденцій споживання гормональних контрацептивів.

Матеріали та методи. У роботі використано методи маркетингового дослідження, метод контент-аналізу, порівняльний та аналітичний методи. За допомогою інформаційно-пошукової системи Компендіум, даних Державного реєстру лікарських засобів України, Інтернет-ресурсу з пошуку ліків в аптеках України Tabletki.ua було проведено аналіз фармацевтичного ринку ПЛЗ, а саме сегментацію за компонентним складом, лікарськими формами та розподіл за виробниками.

Отримані результати. Відповідно до поставленої мети, було досліджено та узагальнено теоретичні дані вітчизняної і зарубіжної літератури стосовно сучасних методів