

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ ПАРАФАРМАЦЕВТИКИ У СПОЛУЧЕНИХ ШТАТАХ АМЕРИКИ

Міщенко В.І., Чернуха В.М., Тімофєєв С.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

economica@ukr.net

Понад двадцять років в аптечних мережах західних фармацевтичних компаній існує термін «парафармацевтика». Започаткований термін бере у США і має довільний переклад «personal care» – «персональний догляд». У Сполучених Штатах Америки (США) застосовують терміни «Food supplement» або «Dietary supplement» – «добавка до їжі» або «дієтична добавка», які визначаються як «продукти, призначені для підтримки функцій організму, але не для діагностики і лікування хвороб або ослаблення їх симптомів».

Метою наших досліджень став аналіз сучасного ринку парафармацевтичних товарів (ПТ) у США.

У дослідженні був використаний метод контент-аналізу офіційної інформації щодо реалізації ПТ на фармацевтичному ринку США.

У цілому частка ПТ у загальному товарообігу аптек США становить 55–60% і має тенденцію до збільшення з року в рік. Сюди відносять засоби лікувальної косметики (ЗЛК), харчові добавки, спеціалізовані продукти харчування для дітей і спортсменів, товари санітарії та особистої гігієни, товари по догляду за немовлятами, супутні товари та ін. За оцінкою компанії Frost & Sullivan, щорічний обсяг такого роду продукції на американському ринку перевищує 31 млрд. доларів. На ринку парафармацевтиків США переважають ЗЛК та біологічно активних добавок (БАД) (45%), а другорядними є спеціалізовані продукти харчування для дітей і спортсменів, засоби санітарії та особистої гігієни. Серед каналів збуту цієї продукції найчастіше використовують спеціалізовані магазини – 34% та аптечні установи – 33%. На сьогодні практика впровадження Інтернет-аптек набуває поширення у США.

Законодавством не вимагаються докази ефективності готових ПТ, але досліджується їх клінічна активність. Відбувається це на базах національних інститутів здоров'я. У межах цих організацій існує Управління з БАД (ODS) та Національний центр компліментарної й альтернативної медицини (NCCAM), де розробляються методики оздоровлення, які не відносяться до офіційної медицини та проводиться інформаційна робота серед населення і фахівців з питань користі та ризиків застосування ПТ.

На здійснення цих досліджень виділяються кошти, які надходять до Управління з БАД, що проводить й координує дослідницькі роботи з вивчення ефективності ПТ та доцільності їх застосування. Головне, що Національні інститути здоров'я у США фінансуються з бюджету держави. Безпеку та якість парафармацевтиків гарантує сам виробник, який має право використовувати клінічні дослідження з рекламною метою. Але при виникненні скарг з боку споживачів товар знімають з реалізації.

Парафармацевтики у США реалізуються вільно на відміну від лікарських засобів. Тому ці товари сприймаються населенням як продукція, що дозволяє збагатити раціон харчування людини, зміцнити і зберегти своє здоров'я, а не вилікувати хворобу.

Таким чином, ринок парафармацевтиків у США, де значна частина населення зацікавлена у збереженні свого здоров'я. Також ринок парафармацевтиків у США розвивається нині завдяки державній підтримці. У країні ПТ сприймаються і позиціонуються переважно як профілактичні засоби, що відповідає потребам західного менталітету, завдяки якому значна частка населення зацікавлена у збереженні свого здоров'я.

На жаль, в Україні населення, як правило, не займається профілактичними заходами по зміцненню свого здоров'я, а починають вживати лікарські засоби, коли вже захворіли.