

## МЕДИКО-СОЦІАЛЬНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ПРОТИДІЇ ТЮТЮНОПАЛІННЮ

**Рогуля О. Ю., Челебій А. М.**

*Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна*

*rogulyaolga@gmail.com*

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) визначає тютюнопаління як фактор ризику для здоров'я, який створює глобальну медико-соціальну проблему. Негативним наслідком тютюнопаління є високі видатки системи охорони здоров'я на лікування захворювань, викликаних вживанням тютюну, та втрата працездатності споживачами тютюнових виробів. Тютюнопаління є причиною виникнення або ускладнення перебігу респіраторних захворювань, впливає на розвиток астми, склерозу судин і є фактором підвищення ризику виникнення серцево-судинних хвороб, інфаркту міокарда, гіпертонії, стенокардії, захворювань артерій серцевого м'яза і мозку, інсульту. Активне паління є основним чинником ризику смерті при хронічному обструктивному захворюванні легень.

Згідно даних ВООЗ, у світі 1,3 млрд. осіб є споживачами тютюну, значна кількість яких (80%) живуть у країнах з низьким і середнім рівнем доходу, в яких реєструється найвищий рівень захворюваності та смертності, обумовлений вживанням тютюну. Від наслідків вживання тютюну щорічно помирає понад 8 млн. осіб, з яких 87,5% — споживачі та колишні споживачі тютюну, решта — частка тих, хто зазнав впливу вторинного тютюнового диму. Вторинний тютюновий дим є причиною тяжких серцево-судинних та респіраторних захворювань, щорічно обумовлює понад 1,2 млн. випадків передчасної смерті. У світі 65 000 дітей гине від захворювань, асоційованих з впливом вторинного тютюнового диму.

Під час аналізу зарубіжного досвіду нами встановлено, що до заходів протидії тютюнопалінню належать підвищення податків, регулювання цін, обмеження та заборона реклами на вироби з тютюном та ін. Зокрема, підвищення ціни на 10,0% зменшує споживання тютюнових виробів на 4,0% у країнах з високим рівнем доходу і на 5,0% — у країнах з низьким і середнім рівнями доходу. Зменшує розповсюдження тютюнопаління заборона на рекламування тютюнових виробів у ЗМІ (телебачення, радіо, друковані засоби тощо) та соціальних медіаплатформах, спільний маркетинг, демонстрацію тютюнової продукції в торгових точках, стимулювання збуту, у тому числі акції, спонсорство виробників і маркетингові заходи під виглядом програм корпоративної соціальної відповідальності. У країнах світу під заборону підпадає незаконна торгівля тютюновими виробами, що визначено Протоколом Рамкової конвенції ВООЗ з боротьби проти тютюну «Про ліквідацію незаконної торгівлі тютюновими виробами», у якому визначено низку заходів і положень, спрямованих на скорочення вживання тютюну і попередження негативних наслідків для здоров'я та економіки.

Як свідчать дані ВООЗ, у 2000 р. 33,3% світового населення у віці 15 років та старше споживали тютюнові вироби, у 2015 р. цей показник

становив 24,9% населення. За умови широкого випровадження заходів протидії тютюнопалінню прогнозується, що цей рівень до 2025 р. знизиться до 20,9% населення світу. Наразі у країнах ЄС є регулювання споживчих характеристик тютюнових виробів (наприклад, упаковка, маркування та інгредієнти), обмеження реклами тютюну та виробів з тютюном, визначені місця, в яких заборонено тютюнопаління, впроваджено податкові заходи щодо реалізації тютюнової продукції та ведеться боротьба з незаконною торгівлею.

ВООЗ рекомендує проводити моніторинг та вивчати розвиток ринку нових видів тютюнових та тютюновмісних виробів, якими є вироби на основі нагрівання тютюну (iQOS, Ploom, glo, PAX) та електронні системи доставки нікотину («електронні сигарети»). Зокрема, інформаційна політика повинна спрямовуватися на попередження використання таких виробів тими, хто не палить, неповнолітніми, групами ризику, зменшення ризику для здоров'я користувачів виробів, захист оточуючих від негативного впливу речовин, які виділяються під час користування, та дослідження їх шкідливості та токсичності.

На світовому фармацевтичному ринку для відмови від тютюнопаління пропонуються засоби нікотинозамісної терапії (жувальні гумки, таблетки, пластирі), дія яких спрямована на ослаблення негативної реакції організму внаслідок раптового припинення вживання тютюну або виробів з тютюну.

Результати маркетингових досліджень ринкових позицій лікарських засобів, що застосовуються для лікування нікотинової залежності, демонструють, що на вітчизняному ринку за натуральними показниками частка препаратів із вмістом нікотину становить 68,9%, а у грошовому вираженні — 36,9%. Дана група представлена препаратом Нікоретте (гумка жувальна лікувальна з різними смаками та трансдермальний пластир). Встановлено, що 31,1% ринку в упаковках та майже 63,0% у грошовому виразі належать Табакум-плюс та Табекс. Встановлено, що найбільша ринкова частка за реалізацією у гривнях належить лікарським засобам у формі таблеток (63,0%), а за обсягом реалізації в упаковках — жувальним гумкам (37,8%). Також на ринку представлені трансдермальні пластирі, частка яких складає 31,1% у натуральних та 18,1% — у грошових показниках. Найбільшим попитом користується продукція Швеції (належить 68,0% у натуральному виразі та 36,9% — у грошовому). Слід відзначити, що ця частка належить Нікоретте, виробником якого є McNeil Consumer Healthcare, дочірня компанія Johnson & Johnson (США). Ліцензія на жувальну гумку «Nicorette Gum» у США належить компанії «GlaxoSmithKline», а в інших країнах — компанії «Johnson & Johnson». Результати маркетингового аналізу даних про обсяги реалізації засобів для лікування нікотинової залежності свідчать, що препаратами-лідерами на ринку України є Табекс (Sopharma, Болгарія) та жувальні гумки нікоретте.

Таким чином, наведені результати дослідження свідчать про необхідність проведення рекламних кампаній з метою інформування населення про сучасні напрями протидії палінню та консультування пацієнтів, які мають проблеми з тютюнопалінням.