

**Аналіз ємкості ринку гепатопротекторів в Україні  
і факторів, які на неї впливають**

**Бабічева Г.С., Жадько С.В., Мамасва Л.Ю.**

*Кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу*

*Національний фармацевтичний університет*

*м. Харків, Україна*

*babicheva.ann5@gmail.com*

Гепатопротектори є групою ЛЗ для патогенетичного лікування захворювань печінки, які визнані п'ятою за частотою причиною смертності у світі. Це лікарські засоби (ЛЗ) синтетичного і природного походження, які підвищують стійкість печінки до впливу патологічних факторів, відновлюють функції печінки і стимулюють відновлення її клітин при різних пошкодженнях. З літературних джерел відомо, що широке споживання гепатопротекторів в нашій країні обумовлене об'єктивними і суб'єктивними чинниками.

Мета дослідження — аналіз ємкості ринку гепатопротекторів в Україні і факторів, які на неї впливають.

У науковій літературі описані медико-соціальні чинники, що впливають на широке споживання гепатопротекторів: поширеність гострого і хронічного вірусного гепатиту, токсичних і лікарських уражень печінки, алкогольної хвороби печінки, неалкогольної жирової хвороби печінки серед українського населення. Маркетингові чинники формуються за рахунок агресивної політики просування гепатопротекторів на вітчизняний ринок виробниками ліків. Зокрема, заходи із просування гепатопротекторів включають їх рекламу у медичних і фармацевтичних журналах, фінансування наукових досліджень і публікацій, активну пропаганду у засобах масової інформації, роботу медичних представників із лікарями й аптеками та інші види просування, які впливають на високий рівень призначень гепатопротекторів лікарями, а також їх використання для самолікування населенням України. У структурі споживання гепатопротекторів в Україні лідирує підгрупа А05ВА050 «Різні препарати», яка акумулює понад 50 % частки ринку як за грошовими, так і за натуральними показниками. Значна частка продажів ЛЗ у цій групі припадає на есенційні фосфоліпіди.

Одним із факторів, які впливають на споживання ЛЗ, є їх реклама у засобах масової інформації та інші способи просування на ринок. Серед гепатопротекторів присутні як рецептурні, так і безрецептурні ЛЗ. Більшість гепатопротекторів для внутрішнього застосування (у таких лікарських формах, як таблетки, капсули, гранули, сироп, краплі, збори, порошок для приготування розчину для прийому всередину) належать до переліку безрецептурних ЛЗ. Це, згідно із законом України «Про рекламу», дозволяє рекламувати їх у засобах масової

інформації. Виняток становить гепатопротектор «Фосфоглів», який віднесений до переліку ЛЗ, заборонених до рекламування.

Серед гепатопротекторів найбільш активна рекламна кампанія на телебаченні здійснюється по відношенню до ЛЗ «Ессенціале», який у 2019 р. посідав сьому позицію у рейтингу ЛЗ за показником «EqGRP» (Equivalent Gross Rating Points), що характеризує інтенсивність телевізійної реклами. У 2017–2018 рр. цей ЛЗ посідав третю позицію в аналогічному рейтингу. У 2019 р. здійснено понад 11,2 тисяч показів реклами цього гепатопротектора на телебаченні. Десяту позицію у рейтингу за інтенсивністю телевізійної реклами посів гепатопротектор «Антраль», який набрав понад 10,5 тисяч показів реклами на телебаченні.

Крім реклами у засобах масової інформації, виробники ліків використовують інші засоби просування гепатопротекторів. Так, за даними аналітичної системи дослідження ринку «PharmXplorer»/«Фармстандарт» компанії «Proxima Research», у 2019 р. ЛЗ Гепабене й Ессенціале входили до тридцяти ЛЗ, які отримали найбільшу кількість згадувань фармацевтичних працівників про просування шляхом візитів медичних представників. Ці Гепабене й Ессенціале посіли шосту й чотирнадцяту позиції у відповідному рейтингу.

За даними компанії маркетингових досліджень SMD, у 2019 р. ємкість сегменту ринку терапевтичної групи гепатопротекторів (A05B Hepatic protectors, lipotropics) в Україні становила 905,8 млн грн, тоді як у 2018 р. — 936,4 млн грн (ємкість ринку скоротилася на 3,37 %). Скорочення ємкості ринку гепатопротекторів відбулося як у грошових, так і в натуральних показниках. Експерти пов'язують зниження споживання гепатопротекторів зі сприятливими кліматичними факторами і сприятливою епідеміологічною ситуацією у четвертому кварталі 2019 р., адже гепатопротектори часто призначаються для відновлення печінки після лікування протимікробними ЛЗ. У 2019 р. до двадцятки лідируючих ЛЗ на роздрібному сегменті фармацевтичного ринку у грошових показниках увійшли «Гептрал» (10 позиція у рейтингу) й «Ессенціале форте Н» (18 позиція у рейтингу). При цьому ємкість ринку кожного з цих ЛЗ скоротилася приблизно на 14% у грошових показниках.

Середньозважена ринкова вартість упаковки гепатопротекторів постійно зростає. Так, у 2017 р. вона становила 152 грн, у 2018 р. — 171 грн (приріст 12,5% порівняно із 2017 р.), у 2019 р. — 191 грн (приріст 11,7% порівняно із 2018 р.). Це можна пояснити як дорожчанням ЛЗ, так і зміною споживчих переваг у бік використання більш високовартісних препаратів.

Зниження продажів гепатопротекторів також пов'язане із активним перетоком цих ЛЗ у сегмент дієтичних добавок. Частина гепатопротекторів (Гепарсил, Лівенціале форте та ін.), були перереєстровані фармацевтичними компаніями як дієтичні добавки, що надало виробникам певні переваги і додаткові можливості при їх просуванні на фармацевтичний ринок.

Отже, незважаючи на активну рекламу окремих гепатопротекторів на телебаченні та просування за участі медичних представників, їх споживання в Україні у 2019 р. дещо скоротилося як у грошових, так і натуральних показниках.

### **Визначення фенольних сполук у траві *Anemone nemorosa* L.**

**Базавлук Є.В.<sup>1</sup>, Хропот О.С.<sup>1</sup>, Конечна Р.Т.<sup>1</sup>, Новіков В.П.<sup>1</sup>,  
Ясіцька-Місяк І.<sup>2</sup>, Вечорек П.<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Кафедра технології біологічно активних сполук, фармації та біотехнології*

*Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна*

<sup>2</sup>*Опольський університет, м. Ополь, Польща*

egor.bazavluk@gmail.com

Протягом останніх десятиліть науковці констатують збільшення популярності та попиту на лікарські препарати рослинного походження, що здавна використовувалися в народній медицині. Попри широке впровадження синтетичних препаратів в останнє століття, лікарські рослини не втрачають актуальності як джерело біологічно активних сполук для виготовлення медикаментів. Більш детальне дослідження та пошук перспектив використання таких препаратів є завданням сучасної медицини та фармації. Підвищену увагу привертають представники родини *Ranunculaceae* Juss., серед яких варто виділити *Anemone nemorosa* L. (укр. – анемона дібровна, конопелька дібровна) – багаторічну трав'янисту рослину, поширену в західних регіонах України, яка подекуди зустрічається на Лівобережжі, проте ареали її зростання є обмеженими. Характерними для комплексу біологічно активних сполук рослини є алкалоїди, флавоноїди, глікозиди (протоанемонін, анемонін, ранункулін), сапоніни, таніни, вітамін С, смоли, органічні кислоти, кумарини тощо.

Рослина є отруйною, що спричинено вмістом ранункуліну, який гідролізується в організмі на глюкозу та протоанемонін (лактон  $\gamma$ -гідроксивінілакрилової кислоти), який в свою чергу легко полімеризується з утворенням анемоніну –  $\gamma$ -лактону, який володіє курареподібною дією.

В народній медицині рослинна сировина анемони дібрової активно застосовується як протипухлинний, анальгезуючий, протизапальний, антибактеріальний, спазмолітичний, седативний, потогінний, сечогінний та відхаркувальний засіб. Актуальним є проведення дослідження вмісту біологічно активних речовин, які зумовлюють фармакологічну активність трави *Anemone nemorosa*.