

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ
ДЛЯ ФАРМАКОКОРЕКЦІЇ ЗАХВОРЮВАНЬ ЩИТОПОДІБНОЇ
ЗАЛОЗИ: РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ФАХІВЦІВ**

Чайка Н.Б., Пестун І.В., Кобець М.М., Кобець Ю.М.

Кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу

Національний фармацевтичний університет

м. Харків, Україна

may4ok777@yahoo.com

Вступ. Медико-соціальні (стан здоров'я, особливості харчування, побутові умови населення) та екологічні фактори (якість питної води, забруднення навколишнього повітря та ґрунту) значною мірою впливають на розвиток та розповсюдження захворювань щитоподібної залози. Суттєво погіршився стан здоров'я українського населення внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, що призвело до збільшення захворюваності щитоподібної залози серед підлітків. Особливої актуальності дані захворювання набувають в період вагітності. Кількість захворювань щитоподібної залози в Україні за останні роки згідно даних МОЗ збільшилась в 5 разів. Дана патологія набуває соціальної значущості, оскільки захворювання щитоподібної залози можуть призвести до втрати працездатності, в деяких випадках до інвалідизації чи передчасної смерті.

Мета дослідження. Метою роботи є маркетингові дослідження ринку лікарських засобів для фармакокорекції захворювань щитоподібної залози на підставі результатів опитування фахівців.

Методи дослідження. В роботі використано польові дослідження. Проведено опитування фахівців різних аптек (провізорів/фармацевтів) м. Харкова щодо лікарських засобів, які застосовуються при захворюваннях щитоподібної залози. У ході етапу збору інформації було опитано 97 респондентів. Частина анкет була відбракована. Для дослідження було опрацьовано 92 анкети. Робітникам аптек було запропоновано відповісти як

часто люди з захворюваннями щитоподібної залози слідуєть рекомендаціям лікарів під час вибору лікарських засобів (ЛЗ).

Результати дослідження. Встановлено, що комплаєнтність споживачів ЛЗ велика, але довгий період приймання препаратів та умови їх застосування створюють перешкоди для правильного прийому ЛЗ для лікування та профілактики захворювань щитоподібної залози. ЛЗ даної групи є рецептурними. Тому на наступному етапі встановлено, чи приймають споживачі ЛЗ досліджуваної групи без рекомендації лікаря. Споживачі аптек дуже рідко (13%) купують ЛЗ без поради лікарів. Так, 84% опитуваних відповіли, що при появі ознак захворювань щитоподібної залози скористуються послугами лікарів. Найбільшим попитом користуються L-тіроксин, Мерказоліл, Антіструмін, Йодомарин. Встановлено, що головним фактором відмови від купівлі ЛЗ є висока ціна (87,5%), після чого йдуть недостатність існуючої інформації (32,5%) та незнання фірми-виробника.

Висновки.

1. Проведено дослідження поведінки споживачів ЛЗ для лікування та профілактики захворювань щитоподібної залози. Встановлено, що переважна більшість опитаних (87%) споживачів аптек купують ЛЗ досліджуваної групи за призначенням лікаря. ЛЗ для лікування захворювань щитоподібної залози матимуть негативний вплив на здоровий організм людини, тому неконтрольоване приймання таких ЛЗ під час самолікування може призвести до порушення функціонування організму.

2. Встановлено, які ЛЗ досліджуваної групи користуються найбільшим попитом серед споживачів. Серед них: L-тіроксин, Мерказоліл, Антіструмін, Йодомарин.

3. Встановлено, що найбільш вагомими критеріями вибору ЛЗ для лікування та профілактики захворювань щитоподібної залози для споживача є ціна, ефективність та безпека.

4. Через те, що не всі лікарі та фармацевти є прибічниками інноваційних ЛЗ споживачі також не купують нові ЛЗ досліджуваної групи.

Перелік літератури:

1. Теория и практика маркетинговых исследований в фармации: Монография // З. Н. Мнушко, И. В. Пестун. – Х. : Изд-во НФаУ, 2008. – 308 с.
2. Vadziuk I. Pharmacoeconomic peculiarities of thyroid disease treatment in Ukraine / I. Vadziuk // Value in Health. – ISPOR 16th Annual European Congress Research Abstracts. November 2-6, Dublin, Ireland. – 2013. – Vol. 16. – № 7 – P. 437.