

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ АНТИТРОМБОТИЧНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

Кіреєв І. В., Пестун І. В., Кобець М. М., Кобець Ю. М.

Кафедра фармакотерапії,

Кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу

Національний фармацевтичний університет

м. Харків, Україна

may4ok777@yahoo.com

Вступ. Наразі серцево-судинні захворювання (ССЗ) є актуальною проблемою в усьому світі, оскільки вони займають лідуєче місце в структурі захворювань та можуть призводити до інвалідизації та смертності. Смертність через ССЗ складає 62,5% від усіх інших причин смерті в нашій країні. ССЗ в Україні набувають національної та соціальної значущості, оскільки дані захворювання належать до життєвозагрозливих і потребують державної підтримки з метою координації зусиль міністерств та органів виконавчої влади. Провідною причиною виникнення ССЗ є атеротромбоз. Пацієнти з ССЗ потребують призначення антитромботичних лікарських засобів (ЛЗ).

Мета дослідження. Метою роботи є дослідження поведінки споживачів антитромботичних ЛЗ.

Методи дослідження. В роботі використано польові дослідження. Проведено дослідження поведінки споживачів антитромботичних ЛЗ різних аптек м. Харкова. У ході етапу збору інформації було опитано 107 респондентів. Частина анкет була відбракована. Для дослідження було опрацьовано 98 анкет.

Результати дослідження. При виборі ЛЗ вирішальним фактором є призначення лікаря, оскільки велика частина асортименту даної групи препаратів є рецептурними. Підтвердженням звернення споживачів до лікаря, є те, що основним джерелом інформації про нові антитромботичні ЛЗ виступає лікар. При опитуванні споживачів визначено, що відносний рівень

самолікування серед хворих на ССЗ досить великий та складає 24%. За результатами опитування, 41% респондентів надають перевагу імпортним антитромботичним ЛЗ. Згідно з результатами опитування споживачі (64%) надають перевагу антитромботичним ЛЗ у формі таблеток. Найбільше споживачів цікавить інформація про ефективність ЛЗ, якість, безпеку й ціну. Найбільш відомими ЛЗ даної групи для споживачів є: Кардіомагніл, Аспекард, Аспірин кардіо, Дипіридамол. Для вивчення асортиментної політики був використаний авторський метод П. Лісовського «90-180-360». Суть методу полягає в скороченні неліквідних позицій в асортименті. Практичне використання методу дало можливість переконатися в його дієвості. Завдяки методу можливо найбільш оптимально і структуровано виводити з асортименту «застиглі» позиції. Корисність методу полягає в оптимізації асортименту і мотивації працівників аптечного закладу.

Висновки.

1. Проведено дослідження поведінки споживачів антитромботичних ЛЗ. Встановлено, що 76% респондентів приймають ЛЗ досліджуваної групи за призначенням лікаря, оскільки переважна більшість асортименту ЛЗ даної групи є рецептурними. З'ясовано, що майже чверть цих ЛЗ рекламуються, що дозволяє провізору рекомендувати антитромботичні ЛЗ.

2. Встановлено імпортним чи вітчизняним виробникам надають перевагу споживачі антитромботичних ЛЗ. Так, 41% респондентів купують імпортні антитромботичні ЛЗ. Це є однією з головних причин домінування імпортних ЛЗ цієї групи в асортименті зареєстрованих в Україні.

3. Визначено переваги споживачів даної групи ЛЗ щодо лікарської форми. З'ясовано, що 64% респондентів надають перевагу антитромботичним ЛЗ у формі таблеток.

4. Найбільшим попитом серед споживачів користуються: Кардіомагніл, Аспекард, Аспірин кардіо, Дипіридамол, що пов'язано не тільки з призначенням цих ЛЗ лікарями, а й рекомендаціями провізорів та самолікуванням цими ЛЗ.

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. Global Antihypertensive Drugs Market: Global Market Size, Trends, Competitive, Historical & Forecast Analysis, 2019-2025. – BMRC. – 2019. – P. 195. Electronic resource. – Access mode: <https://industrystatsreport.com/Medical-Devices-and-Consumables/Antihypertensive-Drugs-Market-Register-Strong-Growth-to-2025/Summary>