

АНАЛІЗ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ХРОНІЧНИХ ЗАХВОРЮВАНЬ ВЕН НИЖНІХ КІНЦІВОК У ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ВИДАННЯХ

Мнушко З.М., Мунес Алабдулла Джома Халіл, Жадько С.В., Дудка М.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

mnushko@ukrfa.kharkov.ua

За різними даними, хронічні захворювання вен (ХЗВ) нижніх кінцівок зустрічаються у 60-80% населення розвинених країн, зокрема, в Україні варикозне розширення вен поширене у 26-28% жінок і 10-20% чоловіків працездатного віку. Досить частим є консультування відвідувачів аптек в рамках фармацевтичної опіки та відповідального самолікування при купівлі засобів для симптоматичної терапії проявів ХЗВ, що підвищує значимість аптечних працівників як цільової аудиторії при просуванні даних засобів на ринок.

Мета роботи – дослідження позиціонування засобів для лікування ХЗВ серед працівників аптек на основі контент-аналізу публікацій у спеціалізованих фармацевтичних виданнях. Вивчено матеріали видань щотижневика «Аптека», журналів «Провізор» і «Фармацевт-практик» (2011-2012 рр.). Отримані дані оброблялися за такими критеріями, як цільова аудиторія, характер повідомлення, категорія повідомлення (інформаційний модуль про захворювання; інформаційний модуль про лікарський препарат (ЛП), косметичний засіб (КЗ) або спеціальні харчові добавки (СХД); реклама; інформація про виробника) та ін. і фіксувалися за допомогою матриці контент-аналізу.

У зазначених джерелах виявлено 33 матеріали, присвячені ХЗВ нижніх кінцівок та засобам їх лікування. Цільовою аудиторією визначені завідувачі та заступники завідувачів аптек як особи, що формують товарний асортимент та визначають обсяги товарних запасів; провізори (фармацевти) як особи, що здійснюють фармацевтичну опіку та як кінцеві споживачі, що належать до групи ризику ХЗВ нижніх кінцівок через тривалі статичні навантаження. Фармакотерапія ХЗВ базується на застосуванні флебопротекторів – ЛП, які но-

рмалізують структуру і функції венозної стінки. Поряд з цим, для усунення симптомів ХЗВ (біль, набряки, відчуття важкості у ногах) на ринку позиційнуються ЛП та КЗ гепарину для місцевого застосування (антикоагулянти), а також СХД, фіточаї, що є непрямими конкурентами флебопротекторів. Аналіз показав, що найчастіше у досліджуваних виданнях зустрічається така категорія повідомлень про засоби для лікування ХЗВ нижніх кінцівок, як реклама (17 повідомлень), поширеними є статті з інформацією про ЛП (КЗ або СХД) (15) та захворювання (8). Лідерами за кількістю повідомлень є Ескузан краплі, Pharma Wernigerode, Німеччина (13), а також косметичні гелі Гірудовен та Гірудовен Компліт, НВО «Біокон», Російська Федерація (9 повідомлень). Два повідомлення присвячені гелю Веносан, Bosnalijek (Республіка Боснія-Герцеговина), по одному повідомленню мають гелі Ліотон® 1000, Berlin-Chemie/Menarini Group, Німеччина і Тромбоцид, Alpen Pharma AG (Швейцарія), спрей «Швидка допомога для втомлених ніг», НВО «Біокон», Російська Федерація і фіточай Софора, «Fito Pharma Co.Ltd». У більшості повідомлень присутній емоційний відтінок, у матеріалах про Ескузан, Тромбоцид і Веносан акцент робиться на вирішенні естетичних проблем жіночої аудиторії. Максимальна кількість публікацій приходить на теплий період року, що співпадає зі збільшенням клінічних проявів ХЗВ нижніх кінцівок.

Повідомлення про Ескузан представлені переважно у вигляді реклами, що носять чітко виражений емоційний характер. Всі матеріали супроводжують слоган «Краплі Ескузан – нова сторінка в житті ваших ніг». Позиціонування препарату базується на використанні іміджу країни-виробника (Ескузан – німецька якість), популярності Ескузану серед рослинних венотонізуючих препаратів (лідерство за обсягами продажів у натуральних і грошових показниках), оптимальному співвідношенні ефективності й безпечності, використовуються посилання на клінічні дослідження щодо ефективності есцину.

Більшість повідомлень, присвячених гелям Гірудовен і Гірудовен Компліт, – статті, які носять раціональний характер. Дані засоби позиціонуються у рамках асортиментної лінії «Доктор Біокон», при цьому зроблено акцент на

іміджі виробника (НВО «Біокон» – визнаний лідер у вирощуванні медичних п'явок). У низці повідомлень мова йде про актуальність даних продуктів навесні та влітку, можливості збільшення обсягів продажів та необхідності формування товарних запасів аптеки на весняний та літній період. Надається інформація про дослідження впливу біологічно активних речовин п'явки на організм людини та епідеміологічні дослідження Гірудовену. У всіх публікаціях замовчується про те, що Гірудовен та Гірудовен Компліт є косметичними засобами, тим самим вони конкурують з ЛП. Низка статей містять детальну інформацію про дію компонентів засобів асортиментної лінії «Доктор Біокон», зокрема екстрактів медичної п'явки та кінського каштану. Надання інформації про вміст у Гірудовені екстракту каштану та його лікувальні властивості може зумовлювати зменшення попиту на краплі Ескузан, що позиціонується як препарат каштану. Таким чином, статті про Ескузан, в яких суттєва увага приділяється екстракту каштану, зокрема есцину, підкріплена посиланнями на чисельні дослідження, непрямым шляхом можуть збільшувати попит на Гірудовен. Спрей «Швидка допомога для втомлених ніг» позиціонується відповідно до назви, надається інформація про те, що він є косметичним засобом, також звертається увага на виробника – НВО «Біокон».

Інформація про гель Веносан надається у вигляді реклами, використовується слоган: «Життя – це рух! Потрійна сила вашого руху!», що акцентує увагу на наявності у складі препарату трьох активних компонентів (есцину, фосфоліпідів та гепарину). При позиціонуванні гелю Ліотон 1000 використовуються такі переваги, як вищий вміст гепарину порівняно аналогічними препаратами для місцевого застосування та активна динаміка зростання обсягів продажів у натуральних показниках. Гель Тромбоцид позиціонується як єдиний низькомолекулярний антикоагулянт у формі гелю, що діє більш ефективно і безпечно завдяки більш швидкому всмоктуванню, зумовленому меншим розміром молекули активного компонента.

Таким чином, керівники та провізори аптек сприймаються як важлива цільова аудиторія для позиціонування засобів для лікування ХЗВ нижніх кінцівок. У вивчених виданнях присутні матеріали про безрецептурні ЛП, КЗ та СХД для лікування ХЗВ та усунення симптомів, найбільша кількість повідомлень присвячена препарату Ескузан краплі та косметичним гелям Гірудовен і Гірудовен Компліт, використовуються раціональні та емоційні мотиви впливу на цільову аудиторію.