

## **Анкетне опитування серед споживачів парфармацевтичних товарів антисеборейної дії**

**Немченко А. С., Чернуха В. М., Тимофеев С. В., Міщенко В. І.**

*Кафедра організації та економіки фармації*

*Національний фармацевтичний університет.*

*м. Харків, Україна*

[economica@ukr.net](mailto:economica@ukr.net)

На цей час в Україні продовжується зростання парафармацевтичного ринку за рахунок категорії «Лікувальні шампуні і засоби для волосся», а саме, шампунів антисеборейної дії. Аналіз стану ринку, що аналізується за допомогою анкетування споживачів, допоможе вивчити безпосередні факти обізнаності споживачів, що у свою чергу, дозволить удосконалити розробку науково-методичних заходів щодо регулювання обігу парафармацевтичних товарів (ПТ) в Україні та виявити найбільш перспективні з них.

Метою нашої роботи було дослідження оцінки споживачами якості антисеборейних шампунів. Для досягнення поставленої мети нами було проведено комплексне анкетне опитування споживачів щодо стану та проблем реалізації ПТ, здійснено узагальнення результатів анкетування та обґрунтування організаційних заходів з їх позиціонування для фармацевтичної профілактики захворювань.

За результатами досліджень встановлено, що з початку 2010–2013 рр. категорія «Лікувальні шампуні і засоби для волосся» є найшвидше зростаючою за рахунок збільшення асортименту та надходження у продаж нових товарів – шампунів Віторал (ТОВ «Аромат», Україна), Кеназол (ТОВ «Мегаком», Йорданія), Еберсепт («Брос ЛТД», Греція) тощо.

Підбір експертних груп нами проведено за характеристичними ознаками. Всього було опитано 108 респондентів, в для подальшої обробки відібрано 100 анкет. В анкетах були наведені назви антисеборейних шампунів, що реалізувалися в аптеках м. Харкова протягом 2010–2013 рр., та коли-небудь застосовувалися з лікувально-профілактичною метою. Покупцям було запропоновано оцінити їх за 5 бальною шкалою (табл. 1): задоволені – 5; середня задоволеність – 4; байдужі – 3; незадоволені – 2; необізнані – 1; важко відповісти – 0. Результати проведених досліджень представлені у таблиці 1. Можна відмітити, що незадоволеність покупців якістю шампунів (Перхотал 1% («Джепак Інтернешнл»), Сібіпрокс 1% («Стефел Лабораторіз Л.Т.Д.», Ірландія), Скін-кап 1% («Хеміново Інтернаціональ С.А., Макарена», Іспанія)), була викликана тим, що до їх складу входить 1% розчин кетоконазолу, який не вирішує головної проблеми – не усуває лупу, а застосовуються тільки для профілактики. Найбільшу якість було відзначено у: Нізорал 60 мл («Янсен Фармацевтика

Н.В.», Бельгія), Дермазол 2% 50 мл («Кусум Хлептхер», Індія), Фрідерм 100 мл («Шеринг-плау», Німеччина).

Таблиця 1

**Оцінювання споживачами якості антисеборейних шампунів за п'ятибальною шкалою (2010–2013 рр.)**

Торгове найменування шампунів	Середня оцінка, бали			
	2010	2011	2012	2013
Віторал, 100 мл	4,0	4,2	4,0	4,0
Дермазол 2%, 50 мл	4,7	4,8	4,8	4,8
Дермазол плюс 2%, 100 мл	4,8	4,8	4,8	4,8
Еберсепт 2%, 60 мл	4,2	4,2	4,3	4,1
Кетозорал 2%, 60 мл	4,0	4,0	4,1	4,0
Кето-плюс, 60 мл	3,8	3,8	3,5	3,2
Келюаль ДС	1,0	1,0	2,0	2,1
Кеназол 2%, 60 мл	4,1	4,1	4,2	4,0
Мікозорал 2%, 60 мл	3,0	3,0	3,0	3,1
Нізокет 2%, 50 мл	2,3	2,3	2,5	2,2
Нізорал, 60 мл	4,9	4,9	4,8	4,9
Перхотал 1%, 100 мл	2,9	2,9	2,5	2,4
Себозол, 100 мл	3,9	3,9	4,2	3,9
Себіпрокс 1%, 60 мл	2,2	2,5	2,8	2,7
Скін-кап 1%, 150 мл	2,3	2,5	2,8	2,9
Фітовал 2%, 100мл	4,8	4,8	4,8	4,9
Фрідерм дьоготь, 100 мл	4,0	4,3	4,2	4,4
Фрідерм з цинком, 100 мл	4,2	4,2	4,3	4,2
Ш-нь з кетоконазолом проти лупи, 100 мл	4,0	4,3	4,3	4,1
Ш-нь нейтральний «Кетоконазол + Zink», 150 мл	4,0	4,1	4,3	4,3

Середню якість у: Еберсепт 2% 60 мл («Брос ЛТД», Греція), Кеназол 2% 60 мл (ТОВ «Мегаком», Йорданія), Фітовал 2% 200 мл («KRKA», Словенія), Шампунь з кетоконазолом проти лупи (НПО «Ельфа», Україна), Віторал (ТОВ «Аромат», Україна), Кетозорал 2% 60 мл (ТОВ «Дарниця», Україна), Кето-плюс 60мл («Гленмарк Фармасьютикалз ЛТД», Індія), Мікозорал 2% 60мл (ТОВ «Хім фарм. комбінат АКРІХІН», Росія). Нижчу якість відзначили у Себіпрокс 1% 60 мл («Стефел Лабораторіз Л.Т.Д.», Ірландія). Шампуні Келюаль ДС 100 мл («Дюкрей», Франція) і Скін-кап 150 мл («Хеміново Інтернаціональ С.А., Макарена», Іспанія) увійшли на фармацевтичний ринок України два роки тому і за відсутності вдалої реклами та високої ціни, на наш погляд, ще не знайшли свого покупця.