

М.Б. Демчук, Ю.І. Івашків, Т.А. Грошовий

## ДОСЛІДЖЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ І ЗАСОБІВ ЛІКУВАЛЬНОЇ КОСМЕТИКИ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ ПРИ ЗОВНІШНІЙ КОРЕКЦІЇ АЛОПЕЦІЇ

Тернопільський державний медичний університет ім. І.Я. Горбачевського

**Ключові слова:** маркетингові дослідження, лікувальна косметика, анкетне опитування, апіорне ранжування факторів.

**Ключевые слова:** маркетинговые исследования, лечебная косметика, анкетный опрос, априорное ранжирование факторов.

**Key words:** marketing researches, medical cosmetics, survey by questionnaire, a priori ranking of factors..

Вивчено товарну та цінову кон'юнктуру ринку лікарських препаратів і засобів лікувальної косметики для зовнішньої корекції алопеції. Проведено анкетне опитування аптечних спеціалістів щодо попиту на різні групи лікарських препаратів і засобів лікувальної косметики для корекції алопеції.

Изучена товарная и ценовая конъюнктура рынка лекарственных препаратов и средств лечебной косметики для внешней коррекции алопеции. Проведен анкетный опрос аптечных специалистов относительно спроса на разные группы лекарственных препаратов и средств лечебной косметики для коррекции алопеции.

The commodity and price state of market of medicines and medical cosmetics for the external correction of alopecia was studied. The survey by questionnaire of pharmacy specialists in relation to demand on the different groups of medicinal preparations and medical cosmetics for the correction of alopecia was conducted.

Проблема краси і здоров'я волосся є актуальною здавна. Останні десятиріччя позначені зростанням зацікавленості науковців і практиків до алопеції, що зумовлено підвищенням рівня захворюваності серед молодого працездатного населення та підвищенням вимог до зовнішнього вигляду як фактора, що відіграє важливу роль у професійному зростанні індивіда у соціумі. Косметична проблема облісіння, особливо у дівчат і жінок, впливає на емоційний і психічний стан, знижує якість життя, що робить її важливою і актуальною як у медичному, так і соціальному напрямках [1–4].

Найбільш ефективна корекція алопеції досягається при поєднанні системної та місцевої терапії. Зовнішня корекція засобами лікувальної косметики полягає у регулярному використанні висококонцентрованих препаратів, що містять біостимулятори, фактори росту, міноксидил тощо. Додатково до основного догляду рекомендовано живильний засіб, що містить «будівельний матеріал» (протеїни, мікроелементи, вітаміни, ліпіди) для відновлення волосся і для догляду за стрижнем волосини [5,6].

### МЕТА РОБОТИ

Проведення маркетингових досліджень фармацевтичного ринку лікарських препаратів і лікувально-косметичних засобів зовнішнього застосування для корекції алопеції.

### МАТЕРІАЛИ І МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Під час виконання роботи проводили статистичні й маркетингові дослідження паперових і електронних джерел інформації щодо лікарських препаратів і лікувально-косметичних засобів, що використовуються у зовнішній терапії алопеції. Зокрема, як матеріал для дослідження використано дані Державного реєстру лікарських засобів, офіційних Web-сайтів виробників продукції, прайс-листи, рекламні буклети, супровідну документацію на продукцію. Також проводили анкетне опитування аптечних фахівців

м. Тернополя щодо особливостей вибору споживачів, частоти споживання досліджуваної групи фармацевтичних товарів. Отримані дані опрацьовували за допомогою апіорного ранжування факторів. Метод ґрунтується на впорядкуванні факторів за спаданням (або зростанням) їх важливості (підсумовування рангів факторів) та їх виборі шляхом розгляду сумарного ранжування [7].

### РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Асортимент фармацевтичних засобів для зовнішньої корекції надмірного випадіння волосся формується з лікарських препаратів для зовнішнього застосування та групи лікувально-косметичних засобів.

Центральну групу лікарських засобів зовнішнього використання для корекції алопеції складають препарати, що, згідно до АТХ класифікаційної системи, належать до групи D11 «Інші дерматологічні препарати» [8]. 54% зареєстрованих торгових назв складають препарати міноксидилу, представлені на ринку у вигляді лосьйонів і розчинів для зовнішнього застосування. Понад 45,5% асортименту лікарських засобів формують місцевоподразнюючі препарати у вигляді настоянки перцю стручкового. Також на українському фармацевтичному ринку представлений комплексний лікарський засіб на основі настоянок лікарської рослинної сировини вітчизняного виробника «Лубнифарм» під торговою назвою «Аллотон».

Більшість лікарських засобів в аналізованій групі вироблено за кордоном. Фармацевтичні фірми зі США, Великобританії, Боснії та Герцеговини, Російської Федерації формують 55% усього асортименту. Вітчизняні виробники постачають препарати на основі рослинних настоянок.

Крім зовнішньої корекції алопеції лікарськими засобами ефективним і доцільним є застосування лікувальної косметики для зміцнення волосся, що залишилось, або покращення кровотоку судин шкіри голови.

Найпоширенішою формою випуску серед космецевтиків аналізованої групи є шампуні, що становлять 42% від усієї запропонованої продукції. Також популярними серед споживачів є засоби у формі розчину для втирань (18%), спреї (10%), лосьйон, сироватка, бальзам-маска (по 8%). Найменш поширені олії – 6%. Населення України лікувально-косметичними засобами для корекції алопеції переважно забезпечують іноземні виробники, і лише на 33,5% – вітчизняні підприємства (рис. 1).

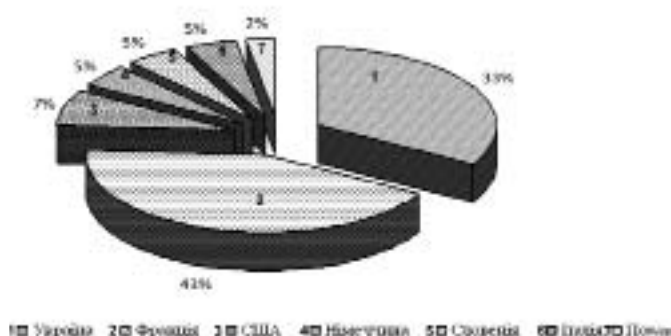


Рис. 1. Розподіл країн-виробників лікувально-косметичних засобів проти випадіння волосся, що представлені на фармацевтичному ринку України.

Найбільшу частку засобів лікувальної косметики на вітчизняному фармацевтичному ринку представляють виробники з Франції (43%), зокрема Pierre Fabre Ducey, Vichi, Avene. Серед вітчизняних підприємств у даній групі представлені «Ельфа» та «Лубнифарм».

Для оцінки економічної доступності досліджуваної асортиментної групи для українського споживача вивчали цінову кон'юнктуру ринку. Для цього проводили аналіз оптово-відпускних цін, наведених у прайсах посередників за листопад–лютий 2011/2012 рр. [9]. Аналізуючи цінові пропозиції, проведено умовний розподіл препаратів на 3 цінові ніші: високовартісну (більше 300 грн.), середньовартісну (від 100 до 300 грн.) і низьковартісну (до 100 грн.).

Низьковартісну нішу формують лікарські препарати «Пілфуд» фармацевтичної фірми «Bosnalijek» та «Аллотон» українського виробника «Лубнифарм». Також у цю цінову нішу віднесли лікувальну косметику серії «Аллотон», «Фітовал» словенської фірми KRKA, серію «Vichy Dercos» у формі шампунів, серію «Зелена аптека» від вітчизняного виробника «Ельфа», шампуні «Nouvelle Hairloss Preventative Shampoo» італійського виробництва, «Ducray Anaphase», «Klogane з екстрактом хініну та вітаміном В», «Brelil HC 2006» від Brelil Professional, «Радикал» польської фірми Farmona та розчин для втирань «Плацент Формула» від WT Metode Wewering & Trimbach GmbH (Німеччина).

Численною є середньовартісна ніша, яку складають винятково іноземні виробники. Вона представлена лікарськими засобами на основі міноксидилу під торговою назвою «Регейн», а також такими серіями лікувальної косметики, як «Trichovital» у формі аерозолу, «Ducray Chronostim» і «Ducray лікувальний», «Vichy Aminexil SP94», «Vichy Aminexil Energy», «Vichy Dercos Technique Energy»

у формі спреїв і розчинів для втирань, «Phytocyane», «Phytodess трихобіол», «Фітополеїн плюс» від французької фірми Phyto, «Плацент Формула Ботаніка».

Високовартісну нішу складають лікувально-косметичні засоби «Vichy Aminexil для чоловіків», «Revivogen» у формі шампуню та сироватки, бальзам «Revita COR» від DS Laboratories.

Враховуючи значну різноманітність засобів лікувальної косметики (понад 50 торгових найменувань) у досліджуваній асортиментній групі, а також широкий діапазон цін (від 4 до 900 грн.) проведено анкетне опитування аптечних спеціалістів Тернополя.

Респондентам запропоновано за 10-бальною шкалою оцінити попит, частоту споживання різних груп лікарських препаратів і засобів лікувальної косметики для корекції алопеції. Опитування проведено серед 35 спеціалістів аптечних супермаркетів та аптек, в яких споживачам пропонують широкий асортимент косметичної продукції. Серед експертів 74,3% мали вищу освіту, відповідно 25,7% – середню фармацевтичну освіту. Стаж роботи у фармацевтичній галузі: до 2 років – 28,6%, до 5 років – 60%, до 10 років – 11,4%. Статистичну обробку результатів проводили з використанням методу апіорного ранжування факторів.

Аналіз отриманих даних показав, що більшість спеціалістів ранжували фактори досить впевнено. Проте багато осіб з опитаних респондентів не змогли визначити ступінь впливу факторів і поставили їм однакові ранги. Попит на деякі космецевтики (фактори) спеціалісти не змогли оцінити, поставивши пропуски. Тому на наступному етапі проводили перетворення рангів і перевірку адекватності першопочаткових і перетворених рангів за допомогою рангового коефіцієнта кореляції Спірмена. Переконавшись у погодженості думок фахівців, будували діаграму рангів (рис. 2). Ступінь впливу факторів оцінюється за величиною суми рангів: чим менша сума рангів, тим більший його вплив.

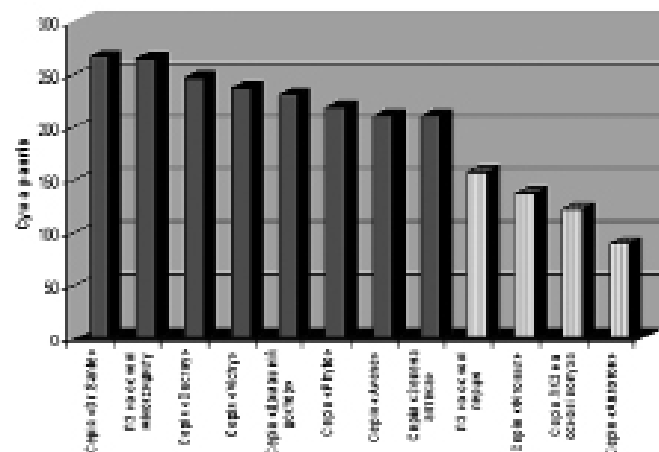


Рис. 2. Діаграма рангів при експертній оцінці аптечними фахівцями попиту на лікарські препарати та засоби лікувальної косметики для зовнішньої корекції алопеції.

Отримані результати свідчать, що найбільшим попитом у споживачів, мешканців Тернополя, користуються лікувально-косметичні засоби серії «Аллотон» української



фармацевтичної фірми «Лубнифарм», косметична серія на основі лопуха («Справжня реп'яхова олія», «Шампунь реп'яховий з активатором росту волосся», «сироватка реп'яхова», «Бальзам-маска реп'яхова, експрес формула») вітчизняного виробника «Ельфа», серія лікувальної косметики «Фітовал» словенської фірми KRKA, а також настоянка перцю стручкового.

Як бачимо, у своєму виборі споживачі орієнтуються на косметичні засоби на основі натуральних компонентів, насамперед, лікарських рослин. Їх висока ефективність пов'язана з різноманітними фітокомпонентами чи навіть цілими комплексами рослинних екстрактів. Звичайно, ще однією їх перевагою є економічна доступність для українського споживача, оскільки оптово-відпускні ціни знаходяться в діапазоні до 100 грн.

### ВИСНОВКИ

Проаналізовано фармацевтичний ринок лікарських препаратів і засобів лікувальної косметики для зовнішньої корекції алопеції. Досліджено, що продукція вітчизняних виробників становить 45% на ринку лікарських препаратів і 35,5% – у групі лікувально-косметичних засобів. Вивчено цінову кон'юнктуру ринку досліджуваної асортиментної групи. За допомогою методу апіорного ранжування факторів

проведено анкетне опитування аптечних спеціалістів щодо попиту, частоти споживання різних груп лікарських препаратів і засобів лікувальної косметики для корекції алопеції.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Сизон О.О. Погляд на деякі аспекти патогенезу алопеції / О.О. Сизон, О.Ю. Туркевич, І.Д. Бабак // Косметологія. – 2007. – №3. – С. 78–81.
2. Овчаренко О.С. Болезни волос: клинические аспекты / О.С. Овчаренко // Международный медицинский журнал. – 2009. – №3. – С. 111–115.
3. Shelow W.V. Profile of alopecia areata: a questionnaire analysis of patients and family / W.V. Shelow, Y.E. Edwards, J.I. Koo // Br. J. Dermatol. – 1992. – Vol. 31, №4. – P. 186–189.
4. Менг Ф.М. Современные аспекты распространенности заболелый волос среди населения / Ф.М. Менг, Ю.В. Олейникова // Проблемы дермато-венерологии и медицинской косметологии на современном этапе. – Владивосток, 2005. – С. 167–170.
5. Башура О.Г. Лікувальна косметика в аптеках і не тільки / Башура О.Г., Ткаченко С.Г. – Х.: Прапор, 2006. – 392 с.
6. Messenger A.G. Minoxidil: mechanisms of action on hair growth / A.G. Messenger, J. Rundegren // Br. J. Dermatol. – 2004. – Vol. 150. – P. 186–194.
7. Математичне планування експерименту при проведенні наукових досліджень в фармації / [Т.А. Грошовий, В.П. Марценюк, Л.І. Кучеренко та ін.] – Тернопіль: ТДМУ, 2008. – 368 с.
8. <http://www.mozdocs.kiev.ua/>
9. <http://www.apteka.ua/>

### Відомості про авторів:

Грошовий Т.А., проф., д. фарм. н., зав. каф. фармацевтичних дисциплін ТДМУ.

Демчук М.Б., к. фарм. н., асистент каф. фармацевтичних дисциплін ТДМУ.

Івашків Ю.І., студентка V курсу фармацевтичного факультету ТДМУ.

### Адреса для листування:

Демчук Мар'яна Богданівна. 46001, м. Тернопіль, вул. Руська, 36, каф. фармацевтичних дисциплін ТДМУ.

Тел. (0352) 52 72 22.

Поступила в редакцію 03.03.2012 г.