

Найважливішими видами інформації є: кон'юнктурна (щодо ситуації на фармацевтичному ринку); комерційна (попит та пропозиція); соціальна (рівень професійної підготовки кадрів); зовнішньоекономічна (експорт, імпорт, ціни, якість, конкурентоспроможність продукції) тощо.

У випадку кінцевих споживачів, найбільш актуальною є інформація про ефективність лікарських препаратів, виробників ліків та інших товарів аптечного асортименту, побічні ефекти, ціни, препарати аналоги та ін.

Для фармацевтичного ринку в цілому, крім зазначених видів інформації, важливого значення набувають достовірні дані про рівень захворювання населення, його демографічну структуру, рівень доходів, використання і вплив окремих інформаційних ресурсів на рівень і раціональність споживання ліків і т.д.

Для удосконалення інформаційного обміну в Україні важливим є визначення інформаційних потреб суб'єктів фармацевтичного ринку та урахування досвіду провідних зарубіжних країн в регулюванні та використанні фармацевтичної інформації.

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЗАСОБІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЄТЬСЯ ПРИ ВІТІЛІГО

Н. О. Ткаченко, С. Є. Рижкова

Запорізький державний медичний університет

tkachenkonat@bk.ru; seta_rijik@mail.ru

Вітіліго – захворювання, яке відноситься до орфанних захворювань, обумовлене порушенням процесу пігментації шкіри з утворенням депігментованих плям. На вітіліго страждає близько 1 % населення світу (приблизно 55 мільйонів людей). Чоловіки і жінки хворіють однаковою мірою. Початися вітіліго може в будь-якому віці, однак приблизно у 60 % випадків з'являється до 20 років, а близько 95 % – у віці до 40 років. Діти до 12 років складають 25 % від усіх хворих вітіліго.

Актуальним є питання правильного вибору необхідних засобів лікування, як місцевого так і систематичного застосування та профілактики вказаного захворювання. Ринок лікарських і косметичних засобів для лікування вітіліго реагує на сучасні досягнення у медицині та фармації: асортимент постійно поповнюється більш ефективними та безпечними засобами, що потребує від дерматологів, косметологів та провізорів гарної орієнтації та знання кон'юнктури ринку.

Мета роботи – дослідження фармацевтичного ринку засобів, що застосовуються при лікуванні вітіліго та його профілактиці.

Під час дослідження було виконано пошук, аналіз, узагальнення та систематизацію інформації за допомогою електронної бази Державного реєстру ЛЗ, Компендіуму та Державного формуляру лікарських засобів із використанням елементів, запропонованих алгоритмом маркетингових досліджень асортименту ЛЗ на фармацевтичному ринку України.

У терапії та профілактиці вітіліго сьогодні косметологи використовують широкий асортимент засобів, який можна розділити на дві великі групи: лікарські засоби та косметичні засоби (захисні і маскуючі).

У результаті аналізу асортиментної структури українського фармацевтичного ринку, який проводився на основі АТС-класифікації, було встановлено, що сегмент лікарських засобів (сегмент 1) представлений ліками груп А05ВА (гепатотропні препарати), А09АА02 (різні поліферментні препарати), А11ДА (прості препарати вітаміну В1), А11ГА (прості препарати аскорбінової кислоти (вітаміну С), А11Н (інші прості препарати вітамінів), А11І (інші комбіновані вітамінні препарати), А12СВ (інші мінеральні добавки), А13А (тонізуючі засоби), D02АВ (препарати з пом'якшуючою і захисною дією), D07А (прості препарати кортикостероїдів, що використовуються у дерматології), D05А (дерматологічні засоби), D11АХ20 (різні дерматологічні препарати), N05С М50 (інші снодійні та седативні засоби), L03А Х21 (інші імуностимулятори).

Другий сегмент – косметичні засоби було розподілено на дві підгрупи: захисна і маскуюча косметика. Засоби першої підгрупи у своєму складі мають речовини, що володіють сонцезахисними властивостями. Косметичні захисні засоби (сегмент 2.1) досить різноманітні за косметичними формами і представлені лосьйонами, мазями, гелями, спреями, кремами, маслами. До складу сегменту 2.2 - косметичні маскуючі засоби входять коригуючі олівці-пензлики, маскуючі олівці, тональні креми, компактні пудри та ін.

При вивченні фірмової структури ринку нами встановлено, що усі сегменти розподілено серед вітчизняних й іноземних виробників нерівномірно. Перший сегмент насичений ліками вітчизняних (Лубнифарм, Тернофарм, Дарніца, Здоров'я, Віола ФФ, Фітофарм та ін.) компаній. У другому сегменті (косметичні засоби) переважають засоби іноземного (Кувранс (Pierre Fabre Dermo-Cosmetique), Вітадай (Vitadye ICN), Дай-о-Дерм (Du-o-derm, Owen laboratories), Кавермак (Covermark, Lydia Oyleary), Дермабленд (Dermablend, Flori Roberts) виробництва.

Таким чином, нами вивчено асортиментну та фірмову структуру засобів, що застосовуються для лікування та профілактики вітіліго. Наступним кроком досліджень є детальний аналіз кожного з вказаних сегментів та вивчення цінової кон'юнктури досліджуваних сегментів.

АНАЛІЗ РИНКУ ЗАСОБІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЄТЬСЯ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ СЕБОРЕЙНОГО ДЕРМАТИТУ

Н. О. Ткаченко, В. О. Саніна

Запорізький державний медичний університет
tkachenkonat@bk.ru; vikulya.sanina.95@mail.ru

Себорейний дерматит – хронічне захворювання шкіри, яке викликане грибком роду *Malassezia*. Характеризується гіперпродукцією сальних залоз та зміною складу шкірного сала, наявністю еритематозно-сквамозних вогнищ на шкірі. Згідно статистичних даних себорейний дерматит у дорослих зустрічається приблизно в 3-5 % загального числа дорослого населення, що знаходиться у віковій групі в межах 20-50 років, в той час як захворювання, що передують себорейному дерматиту (лупа, себорея), зазначаються в рази