

УДК 615.1:616.24:339.13

Д.О. ТАГИБАЕВ, К.Д. ШЕРТАЕВА, О.В. БЛИНОВА, Б.К. МАХАТОВ, М.М. САПАКБАЙ

Южно-Казахстанская государственная фармацевтическая академия,
г. Шымкент, Казахстан

О МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ГРУПП ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЕГИОНАЛЬНОГО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

В последнее время актуальное значение приобретает углубленное изучение фармацевтического рынка лекарственных препаратов для лечения хронической обструктивной болезни легких. Авторами проведены маркетинговые исследования, в результате которых определены удельный вес номенклатурной позиции лекарственных средств и оценена обоснованность их назначения исходя из эффективности лечения хронической обструктивной болезни легких.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, фармацевтический рынок, хроническая обструктивная болезнь легких, ABC-, VEN-анализы.

В настоящее время по данным статистики хроническая обструктивная болезнь лёгких является одной из причин частой заболеваемости во всем мире. В связи с широким распространением хронической обструктивной болезни легких медицинские расходы на ее лечение оказывают существенное влияние на бюджет здравоохранения.

В Казахстане за последние 10 лет число больных хронической обструктивной болезнью легких выросло более чем в 2 раза, составив в 2011 году 321,0 человек на 100 тыс. населения. Современный уровень знаний не позволяет говорить об излечении хронической обструктивной болезни легких, но добиться эффективного лечения и тем самым предотвратить прогрессирование заболевания – реальная задача [1, 2, 3, 4].

В связи с этим актуальное значение приобретает углубленное изучение фармацевтического рынка лекарственных препаратов для лечения хронической обструктивной болезни легких.

Цель исследования – оптимизация лекарственного обеспечения больных с хронической обструктивной болезнью легких в условиях рынка.

Материал и методы

В работе использованы следующие современные методы:

- информационный анализ источников научной литературы, законодательно-нормативных документов;
- ретроспективный: эпидемиологический анализ, анализ лекарственного обеспечения на бесплатных условиях;
- социологический: анкетирование, экспертные оценки;
- статистический;
- методы маркетингового анализа: ABC, VEN-анализы.

Обобщенная нами схема маркетинговых исследований выглядит следующим образом (рис. 1):

Для сбора информационного массива методом сплошной выборки были отобраны 400 историй болезни больных с хронической обструктивной болезнью легких, проходивших курс лечения в пульмонологическом отделении Областной клинической больницы г. Шымкента в течение 2012 года. Были составлены анкета и инструкция по ее заполнению

Первая часть анкеты предназначена для определения компетентности эксперта на основе его профессиональных характеристик (стаж работы по специальности, наличие квалификационной категории, ученой степени). Во второй части анкеты эксперты должны оценить фармацевтические товары по специально разработанной шкале.

Количество анкет определялось по формуле минимального объема выборки:

$$n = \frac{N}{1 + 0,015N} \quad (1)$$

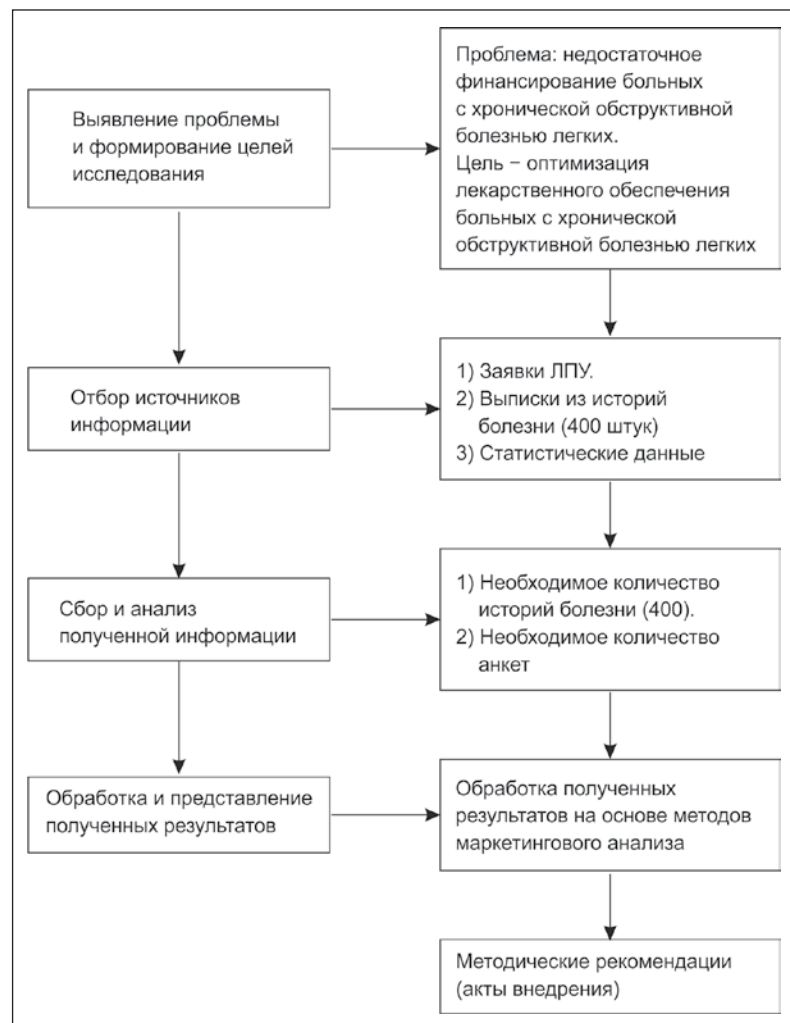


Рисунок 1 – Схема маркетинговых исследований сегмента фармацевтического рынка

Результаты

В ходе определения проблемы и формирования целей исследования выявлено недостаточное финансирование больных с хронической обструктивной болезнью легких.

В процессе анализа клинико-демографических данных нами определено, что по половой принадлежности больные распределились следующим образом: 56% – мужчины, женщины – 44%.

Распределение респондентов по возрастному признаку показало, что они болеют в возрастной группе до 40 лет – 2%, от 41 до 50 лет – 36%, от 50 до 60 лет – 24%, старше 60 лет – 28%. Уровень заболеваемости в возрастном промежутке от 40 до 60 лет и старше наиболее высок – 88% (рис. 2).

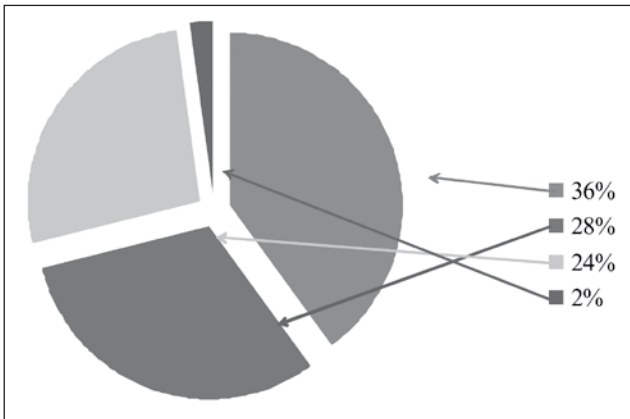


Рисунок 2 – Распределение больных ХОБЛ по возрастному признаку

По социальному положению более 90% больных являются инвалидами 2 группы.

Анализ сведений о госпитализации выглядит следующим образом: 19% больных лечились впервые, 81% – планово. Количество койко-дней в среднем составляет 13. Вместе с тем нами отмечено, что самое малое количество койко-дней составило 8, самая длительная продолжительность лечения составляет 20 дней. В результате дальнейшей обработки историй болезни выявлено, что 94,7% случаев приходится на хроническую обструктивную болезнь легких средней тяжести и 5,3% – на тяжелую форму течения болезни. Основными осложнениями болезни нами отмечены эмфизема легких и хронический бронхиальный бронхит – 88,2%.

В соответствии с задачами исследования нами проведена экспертная оценка лекарственных препаратов, применяемых для лечения хронической обструктивной болезни легких, что позволило определить эффективность лекарственных препаратов, их взаимозаменяемость, и немаловажное значение при этом имела стоимость препаратов.

После получения анкет их статистическая обработка проводилась следующим образом. Сначала рассчитывалась оценка лекарственного препарата с учетом компетентности эксперта (формула 2):

$$C_{ij} = a_{ij} + K_j \quad (2)$$

где C_{ij} – оценка i -го препарата j -м экспертом с учетом компетентности;

a_{ij} – оценка i -го товара j -м экспертом;

K_j – компетентность j -го эксперта.

После определения оценок i -го препарата по всем анкетам, имеющим оценочные баллы, рассчитывалась «средневзвешенная» оценка (формула 3):

$$C_i = \frac{\sum_{j=1}^{j=n} a_{ij} \cdot K_j}{\sum_{j=1}^{j=n} K_j} \quad (3)$$

В ходе расчетов получены «средневзвешенные» оценки лекарственных средств с учетом компетентности экспертов.

На основании анализа историй болезни и экспертных оценок составлена номенклатура лекарственных средств, применяемых для лечения хронической обструктивной болезни легких.

Проведенные нами ABC- и VEN-анализы позволили установить, что в группу А включены 14 наименований лекарственных средств, применяемых для лечения хронической обструктивной болезни легких, из которых 8 (60%) являются жизненно необходимыми (V), 4 (30%) являются необходимыми (E), 2 (10%) относятся к группе N. Группу В составили 8 лекарственных средств, 5 из которых (62,5%) отнесены к группе V, 2 (25%) – к группе E, в группу N вошло 1 лекарственное средство. В группу С вошли 22 наименования лекарственных средств, которые распределились следующим образом: 70,3% (15 лекарственных препаратов) – группа V, 19,3% (5 лекарственных препаратов) – группа E, 11,4% (2 лекарственных препарата) – N.

Обсуждение и заключение

В результате исследования установлена клинико-демографическая структура больных с хронической обструктивной болезнью легких в Южно-Казахстанской области. В процессе применения нами ABC- и VEN-анализов, определены удельный вес номенклатурной позиции лекарственных средств и оценена обоснованность их назначения исходя из эффективности лечения хронической обструктивной болезни легких. Лекарственные препараты распределились на 3 класса в соответствии с их годовым потреблением, лекарственные препараты класса А представлены в основном антигистаминными средствами, бронхорасширяющими и отхаркивающими средствами. В класс В вошли антибиотики, сульфаниламиды и антипротозойные средства. К классу С отнесены все остальные препараты, которые используются для укрепления иммунитета, улучшения обменных процессов. Они представлены разными терапевтическими группами.

Выводы

1. Составлена схема проведения маркетинговых исследований сегмента фармацевтического рынка и предложена программа маркетинговых исследований сегмента фармацевтического рынка.

2. Установлена социально-демографическая структура больных с хронической обструктивной болезнью легких в изучаемом регионе. Выявлены основные формы течения хронической обструктивной болезни легких и их удельный вес.

3. Определен ассортимент лекарственных средств для лечения хронической обструктивной болезни легких. Выделены три группы препаратов для дальнейшей экспертной оценки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Чучалин А.Г., Овчаренко С. Современный взгляд на хроническую обструктивную болезнь легких // Врач. – 2004, №5. – С. 4-5
 2 Кобзарь Л.В. Мониторинг и оценка использования лекарственных средств в ЛПУ // Новая аптека. – 2008, №8. – С. 25-26
 3 Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Вершина, 2007. – 480 с.
 4 Комиссинская И.Г., Степченко А.А., Рыжова Е.В. Оценка потребления лекарственных средств для лечения хронической обструктивной болезни легких в системе льготного лекарственного обеспечения населения // Фармакоэкономика. – 2009, №1. – С. 32-38

Т Ұ Ж Ы Р Ы М

Д.О. ТАГИБАЕВ, К.Д. ШЕРТАЕВА,
О.В. БЛИНОВА, Б.Қ. МАХАТОВ, М.М. САПАҚБАЙ
Оңтүстік Қазақстан мемлекеттік
фармацевтикалық академиясы, Қазақстан,
Шымкент қ.

ТҰТЫНУШЫ ТОПТАРДЫҢ АЙМАҚТЫҚ ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ НАРЫҒЫН МАРКЕТИНГТІК ЗЕРТТЕУ-ЛЕР ТУРАЛЫ

Зерттеу мақсаты: нарық жағдайында өкпенің обструктивті созылмалы ауруымен ауыратын науқастарға дәрілерді қамтамасыз етуді оңтайлату.

Мәліметтер және әдістер: ақпараттық, ретроспективті, әлеуметтік, статистикалық, маркетингтік.

Нәтижелер

Жынысы бойынша бөлінді: 56% – еркектер, 44% – әйелдер; жасы бойынша: 40 жастағылар – 2%, 41 жас пен 50 жас аралығы – 36%, 50 жас пен 60 жас аралығы – 24%, 60 жастан жоғары – 28%. ABC- және VEN- талдау нәтижесі анықтады, А тобына 14 дәрілік заттар қосылған, оның ішінде 8(60%) тіршілікке қажетті (V), 4 (30%) – қажетті (E), 2 (10%) N тобына жатады. В тобын 8 дәрілік заттар құрайды, оның ішінде 5 (62,5%) V тобына, 2 (25%) – E тобына, 1- N тобына жатады. С тобына 22 дәрілік заттар енгізілді, оның ішінде (70,3%) – V тобына, 5 (19,3%) – E тобына, 2 (11,4%) – N тобына жатады.

Талқылау және қорытынды

А тобының препараттары антигистаминдік, бронхты кеңейтетін және қақырық жібітетін; В тобына – антибиотиктер, сульфаниламидтер және антипротозойды дәрілер; С тобына – иммунитетті нығайтуды, алмасу барысын жақсарту үшін қолданылатын басқа да препараттар болып табылады.

Қорытынды

Фармацевтикалық нарықтың сегментін маркетингтік зерттеуге схема жасалынды және фармацевтикалық нарықтың сегментін маркетингтік зерттеуге бағдарлама ұсынылды.

Өкпенің обструктивті созылмалы ауруымен ауыратын науқастарға әлеуметтік-демографиялық құрылым орнатылды. Аурудың негізгі аурудың ағымының үлгісі және үлесті салмағы анықталды.

Өкпенің обструктивті созылмалы ауруларын емдеу үшін дәрілік заттарының жиынтығы анықталды. Әрі қарай сараптамалық бағалау үшін препараттар 3 түрге бөлінді.

Негізгі сөздер: маркетингтік зерттеу, фармацевтикалық нарық, өкпенің обструктивті созылмалы ауруы, ABC, VEN-талдамалары.

S U M M A R Y

D.O. TAGIBAYEV, K.D. SHERTAYEVA,
O.V. BLINOVA, B.K. MAKHATOV, M.M. SAPAKBAY
South – Kazakhstan State Pharmaceutical Academy,
Shymkent c., Kazakhstan

ON MARKETING RESEARCH OF CONSUMER GROUPS OF REGIONAL PHARMACEUTICAL MARKET

Research objective: optimization of pharmacological support of patients having chronic obstructive pulmonary disease in market conditions.

Materials and methods: informative; retrospective; sociological; statistical; marketing.

Results

According to patients' sex there were: 56% – men, 44% – women; according to patients' age there were: 40 years old- 2%, from 41 to 50 years old – 36%, from 50 to 60 years old – 24%, older than 60 years old – 28%. ABC and VEN – analysis results showed that group A included 14 medicines, among them 8 (60%) were vital (V), 4 (30%) were essential (E), 2 (10%) belonged to N category. Group B consisted of 8 medicines, among them 5 (62,5%) belonged to group V, 2 (25%) belonged to group E, 1 belonged to group N. Group C consisted of 22 medicines, among them 15 (70,3%) belonged to group V, 5 (19,3%) belonged to group E, 2 (11,4%) belonged to group N.

Discussion and conclusion

Medicines of group A consists of antihistamines, bronchodilators and expectorants; group B consists of antibiotics, sulfanilamides and protozoocides; group C consists of every other medicine, using to strengthen the immune system, to improve metabolic processes.

Conclusions

Marketing research scheme of the segment of pharmaceutical market was drawn and marketing research program of the segment of pharmaceutical market was suggested.

Sociodemographic structure of patients having chronic obstructive pulmonary disease was specified. General forms of the disease and its proportion were showed up.

Range of medicines to treat chronic obstructive pulmonary disease was chosen. It was chosen 3 groups of medicines for further expert assessment.

Key words: marketing research, pharmaceutical market, chronic obstructive pulmonary disease, ABC, VEN-analysis.

Журнал "Заместитель главного врача" –
единственное издание в республике,
освещающее вопросы единой системы
здравоохранения с позиции практического
руководства для перспективных в своей
отрасли руководителей как частных,
так и государственных структур

Республика Казахстан, 050009,
г. Алматы, пр. Абая, 155, оф. 4
Тел.: +7(727) 394-30-14, 391-13-58,
266-37-26 (факс)
E-mail: mcn@medzdrav.kz

www.medzdrav.kz

