

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ДОСТУПНОСТЬ ПРОТИВОАЛЛЕРГИЧЕСКИХ АНТИГИСТАМИННЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ

Лесонен А.С.¹, Лоскутова Е.Е.², Виноградова И.А.¹

¹ ФГБОУ ВПО «Петрозаводский государственный университет», Петрозаводск, Россия (185910, Республика Карелия, г. Петрозаводск, пр. Ленина, 33), e-mail: kuzmanna@mail.ru

² ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», Москва, Россия (117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6), e-mail: ekaterinaloskuttova@gmail.com

В данной статье представлен анализ факторов, влияющих на доступность противоаллергических антигистаминных лекарственных препаратов на уровне врача, фармацевтического специалиста и конечного потребителя. Результаты исследования показали, что приоритетными на всех уровнях являются критерии эффективности, длительности действия и безопасности антигистаминного лекарственного препарата. Также выявлено, что у всех респондентов среди факторов, влияющих на выбор АГЛП, присутствовали цена и реклама препарата средствами массовой информации, в результате чего возможно нерациональное использование АГЛП конечными потребителями. Для повышения доступности антигистаминных лекарственных препаратов необходимо обучение потребителей медицинской грамотности, сбору и критической оценке информации, полученной из неофициальных источников информации, для возможности выбора наиболее оптимального ЛП. Для врачей и фармацевтических специалистов необходимо увеличить доступ к официальным источникам информации, которые дают объективную информацию о ЛП, для принятия информированного решения по применению АГЛП.

Ключевые слова: антигистаминные средства, фармацевтический маркетинг, анкетирование.

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE AVAILABILITY OF ANTI-ALLERGIC ANTIHISTAMINES

Lesonen A.S.¹, Loskutova E.E.², Vinogradova I.A.¹

¹ FBSEI HPE «Petrozavodsk State University», Petrozavodsk, Russia, (185910, Republic of Karelia, Petrozavodsk, Lenin avenue, 33), e-mail: kuzmanna@mail.ru

² FSAEI HE «Peoples' Friendship University of Russia», Moscow, Russia (117198, Moscow, Miklukho-Maklaya street, 6), e-mail: ekaterinaloskuttova@gmail.ru

This article presents the analysis of factors affecting the availability of anti-allergic antihistamines among physicians, pharmaceutical specialists and patients. The results showed that the foreground criteria for antihistamine selection for all consumers were drug effectiveness, duration of action and safety. It was also revealed that for all of the respondents mattered the drug price and its advertising by media what can results in irrational use of antihistamines by the patients. To increase the availability of antihistamines it is necessary to teach the consumers health literacy, ability to collect and evaluate the information obtained from informal sources for the opportunity to choose the optimal antihistamine. It's necessary to increase the access for physicians and pharmaceutical specialists to official sources of information which contain objective information about drugs and allow to make an informed decision about taking antihistamines.

Keywords: antihistamines, pharmaceutical marketing, questionnaire.

В настоящее время наблюдается рост числа аллергических заболеваний во всем мире [3]. Основной группой для лечения и профилактики аллергических заболеваний являются антигистаминные лекарственные препараты (АГЛП). В связи с большим количеством торговых наименований АГЛП оптимальный выбор препарата является сложной задачей при назначении врачом, рекомендации фармацевтического специалиста и приобретении пациентом [1,2].

Цель исследования

Целью данного исследования явилось выявление факторов, оказывающих влияние на выбор антигистаминных лекарственных препаратов (АГЛП) на уровне врача, фармацевтического специалиста и конечного потребителя для повышения доступности данной группы лекарственных препаратов.

Материалы и методы исследования

Исследование проведено в рамках реализации методического подхода к комплексному исследованию доступности противоаллергических антигистаминных лекарственных препаратов, состоящего из четырех взаимосвязанных этапов: исследование физической доступности; исследование экономической доступности; исследование доступности информации о применении АГЛП и выявление факторов, снижающих доступность АГЛП. На этапе выявления факторов, влияющих на доступность АГЛП, было проведено анонимное анкетирование врачей (86 респондентов), фармацевтических специалистов (126 респондентов) и посетителей аптечных организаций (421 респондент) г. Петрозаводска, приобретающих антигистаминные препараты. Для статистической обработки данных всех опросов использовали критерий согласия Пирсона и коэффициент корреляции Крамера (рассчитывали при значении уровня значимости не более 0,05).

Результаты исследования и их обсуждение

При анализе значимости факторов, оказывающих влияние на назначение АГЛП врачами, рекомендацию фармацевтическими специалистами и выбор посетителями аптек определены наиболее важные критерии исследуемой группы. По результатам анкетирования выявлено, что критерий эффективности АГЛП является наиболее важным как для конечных (55,3%), так и для промежуточных потребителей (врачи – 87,3%; фармацевтические специалисты – 75,4%) (Табл. 1).

Таблица 1

Значимость факторов, оказывающих влияние на выбор антигистаминных лекарственных препаратов, для врачей, фармацевтических специалистов и потребителей

№	Факторы	Сумма рангов	Ранг (% врачей, отметивших данный вариант ответа)	Ранг (% фарм. специалистов, отметивших данный вариант ответа)	Ранг (% потребителей, отметивших данный вариант ответа)
1	Эффективность	3	1 (87,3)	1 (75,4)	1 (55,3)
2	Длительность действия	7	2 (79,7)	2 (68,3)	3 (33,7)
3	Безопасность, минимум побочных эффектов	8	3 (75,9)	3 (56,4)	2 (37,1)

4	Цена ЛП	12	4 (46,8)	4 (35,7)	4 (30,9)
5	Личный опыт	16	6 (38,0)	5 (30,2)	5 (26,6)
6	Аннотация, медицинская литература	17	5 (38,4)	6 (27,8)	6 (9,7)
7	Реклама ЛП в СМИ	21	7 (1,2)	7 (10,3)	7 (5,9)

Примечание. ЛП – лекарственные препараты; СМИ – средства массовой информации

Критерий длительности действия ЛП более важен для промежуточных потребителей АГЛП (врачи – 79,7%; фармацевтические специалисты – 68,3%).

Критерий безопасности лекарственного препарата, особенно актуальный при выборе АГЛП первого поколения в связи с большим количеством побочных эффектов (седативного, гипотензивного, сухости слизистых и пр. [4,5]), находится на втором месте у потребителей (37,1%) и на третьем месте у фармацевтических специалистов (56,4%) и врачей (75,9%).

Наименее значимыми факторами при рекомендации антигистаминного препарата являются: участие в акции (врачи – 1,2%; фармацевтические специалисты – 7,9%) и информация, полученная от медицинского представителя (врачи – 5,8%; фармацевтические специалисты – 7,9%). Реклама в средствах массовой информации больше оказывает влияние на рекомендацию АГЛП фармацевтическими специалистами (10,3%), в результате чего уровень качественной лекарственной помощи при антигистаминной фармакотерапии может значительно снижаться.

Внутренние факторы респондентов в виде опыта применения в прошлом тоже играют важную роль при выборе АГЛП, важность данного критерия отметили 38,0% врачей; 30,2% фармацевтических специалистов и 26,6% потребителей.

Кроме перечисленных вариантов ответа врачи, работающие в стационаре, указали фактор наличия АГЛП в лечебном учреждении (2,3%) и рекомендацию клинического фармаколога (1,2%).

У потребителей кроме факторов, перечисленных в таблице, был отмечен фактор улучшения качества жизни, так ответили 21,6% респондентов. Также на выбор АГЛП потребителем оказывают влияние референтные группы в виде врача (28,3%); фармацевтического специалиста (21,1%); друзей и близких (9,7%).

Предпочтительной лекарственной формой АГЛП являются твердые лекарственные формы в виде таблеток и драже, так ответили 96,2% врачей и 85% пациентов. Производитель АГЛП не имеет значения для 34,0% конечных потребителей; 44,0% больше доверяют препаратам импортного производства; всего 20,4% отдают предпочтение отечественному производителю. Врачи также чаще назначают АГЛП импортного производства (28,0%);

отечественные антигистаминные препараты предпочитают 20,3%; остальные респонденты предпочитают выписывать антигистаминные препараты по международным непатентованным наименованиям, оставляя выбор производителя фармацевтическому специалисту или конечному потребителю.

По результатам исследования при оценке корреляционного отношения между критериями, влияющими на назначение АГЛП, специальностью, стажем и местом работы опрошенных (Табл.2) была выявлена слабая степень зависимости ($K_{\text{крамера}} < 0,5$) между специальностью и важностью репутации фирмы-производителя, данный фактор больше оказывает влияние на терапевтов ($p < 0,008$). Для врачей со стажем работы более 20 лет наиболее важен ценовой фактор ($p < 0,04$), зависимость так же является слабой ($K_{\text{крамера}} < 0,5$). Место работы также оказывает влияние на назначение антигистаминного препарата – при оценке взаимосвязи выявлено, что врачи, работающие в поликлиниках, чаще ориентируются на информацию от медицинского представителя ($p < 0,04$), при оценке степени взаимосвязи путем расчета критерия Крамера зависимость является очень слабой ($K_{\text{крамера}} < 0,25$).

Таблица 2

Зависимость критериев, влияющих на рекомендацию антигистаминных лекарственных препаратов от специальности, места и стажа работы врачей
(приведены р-значения)

№	Критерии	Специальность	Место работы	Стаж работы
1	Эффективность	0,622	0,988	0,74
2	Длительность действия	0,07	0,185	0,227
3	Безопасность, минимум побочных эффектов	0,53	0,545	0,271
4	Цена ЛП	0,163	0,401	0,04*
5	Реклама в СМИ	0,99	0,393	0,956
6	Реклама медицинским представителем	0,92	0,05*	0,865
7	Репутация фирмы-производителя	0,008*	0,579	0,952
8	Участие в акции	0,99	0,393	0,956
9	Личный опыт	0,481	0,636	0,887
10	Аннотация, медицинская литература	0,169	0,326	0,214

Примечание. * – зависимость статистически значима

При определении корреляционного отношения между критериями, влияющими на рекомендацию АГЛП, стажем работы, специальностью и должностью фармацевтических специалистов было установлено, что провизоры чаще ориентируются на репутацию фирмы-производителя АГЛП ($p < 0,05$) и свой личный опыт ($p < 0,05$), при оценке степени взаимосвязи путем расчета критерия Крамера, зависимость является очень слабой ($K_{\text{крамера}} < 0,25$). Слабая степень зависимости также выявлена между стажем работы и фактором применения АГЛП в

прошлом ($K_{\text{крамера}} < 0,5$), так фармацевтические специалисты со стажем работы от одного года до пяти лет чаще ориентируются на личный опыт при рекомендации АГЛП ($p < 0,05$).

Выводы

Результаты исследования показали, что критерии эффективности, длительности действия и безопасности антигистаминного лекарственного препарата являются доминирующими как на уровне назначения и рекомендации врачами и фармацевтическими специалистами, так и на уровне приобретения АГЛП конечными потребителями. Также выявлено, что у всех респондентов среди факторов, влияющих на выбор АГЛП, присутствовали цена и реклама препарата средствами массовой информации, в результате чего возможно нерациональное использование АГЛП конечными потребителями. Таким образом, для повышения доступности антигистаминных лекарственных препаратов необходимо обучение потребителей медицинской грамотности, сбору и критической оценке информации, полученной из неофициальных источников, для возможности оценки сведений о ЛП по определенным атрибутивным признакам и выбор наиболее оптимального ЛП. Для врачей и фармацевтических специалистов необходимо увеличить доступ к официальным источникам информации, которые дадут объективную информацию о ЛП, для принятия информированного решения по применению АГЛП.

Работа выполнена в рамках Программы стратегического развития 2012-2016 г. «Университетский комплекс ПетрГУ в научно-образовательном пространстве Европейского Севера: стратегия инновационного развития».

Список литературы

1. Белоусова Т.А. Антигистаминные препараты в клинической практике: оптимизация выбора с позиций фармакоэкономики / Т.А. Белоусова, М.В. Горячкина, П.М. Пятилова // Русский медицинский журнал. – 2015. – №4. – С. 230–234.
2. Лесонен А.С. Маркетинговые исследования рынка противоаллергических антигистаминных лекарственных препаратов / А.С. Лесонен, Е.Е. Лоскутова, И.А. Виноградова // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. Сер. Естественные и технические науки. – 2014. – №6 – С. 58–61.
3. Ревякина В.А. Антигистаминные препараты в клинической практике // Русский медицинский журнал. – 2014. – №11. – С. 854–856.
4. Church D.S. Pharmacology of Antihistamines / D.S. Church, M. K. Church // World Allergy Organization Journal. – 2011. – №4. – P. 22–27.

5. Criado P.R. Histamine, histamine receptors and antihistamines: new concepts / R.F. Criado, C.W. Maruta, F.C. Machado // AnBras Dermatol. – 2010. –№85 (2). – P.195–210.

Рецензенты:

Шевченко А.И., д.м.н., профессор кафедры фармакологии, организации и экономики фармации, ФГБОУ ВПО «Петрозаводский государственный университет», г. Петрозаводск;
Дорофеева В.В., д.фарм.н., профессор кафедры управления и экономики фармации, ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов», г. Москва.