

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕКТАЛЬНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ НА СОВРЕМЕННОМ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

Саенко А.Ю.¹, Попова Е.А.¹, Куль И.Я.¹

Пятигорский медико-фармацевтический институт – филиал ГБОУ ВПО ВолгГМУ Минздрава России, Пятигорск, Россия (357532, г. Пятигорск, пр. Калинина, 11) e-mail: irinakool@mail.ru

Проведены маркетинговые исследования ректальных лекарственных форм. Изучена востребованность суппозиториях на современном фармацевтическом рынке. Исследования номенклатуры ректальных лекарственных форм проводились на основе контент-анализа информационной базы данных о лекарственных средствах, разрешенных к применению в России, и последующего логического, сравнительного и графического анализа. В работе использована справочная литература: Государственный реестр Российской Федерации, энциклопедия лекарств, справочные издания. Результаты исследований показали, что количество лекарственных препаратов для ректального и вагинального применения на Российском фармацевтическом рынке составляет около 5% от общего числа лекарственных препаратов. Из них 37,2% составляют суппозитории отечественные и 62,7% – зарубежного производства. Комплексным фармакологическим действием обладают около 75% ректальных лекарственных средств. Используют суппозитории для лечебных целей согласно рекомендации врачей около 26% респондентов. Примерно 8% основываются на рекламе. Наиболее рациональной в гериатрической и педиатрической практике считают суппозитории 67% респондентов. Полученные данные свидетельствуют о востребованности суппозиториях как лекарственного средства.

Ключевые слова: суппозитории, маркетинговые исследования

MARKETING RESEARCH ON RECTAL MEDICINES ON MODERN PHARMACEUTICAL MARKET

Saenko A.Y., Popova E.A., Kul I.Y.

Pyatigorsk Medical-Pharmaceutical Institute — branch of SBEE HPE VolgSMU of Minzdrav of Russia (357532, Pyatigorsk, Kalinina Avenue, 11) e-mail: irinakool@mail.ru

We carried out marketing research on rectal dosage forms. We studied the demand for suppositories on the modern pharmaceutical market. Research of the rectal dosage forms nomenclature was carried out on the basis of the content analysis of information database on medicines authorized for use in Russia and also subsequent logical, comparative and graphical analysis. The used references were: the State register of the Russian Federation, encyclopedia of drugs, reference publications. The results showed that the number of drugs for rectal and vaginal use on the Russian pharmaceutical market was about 5% of the total number of drugs. Of these, 37.2 % are domestic suppositories and 62,7% – overseas production. About 75% of rectal medicines have comprehensive pharmacological action. Suppositories are used for medical purposes under the recommendation of doctors by about 26% of the respondents. About 8% rely on advertisement. 67% of respondents consider suppositories to be the most rational drug in geriatric and pediatric practice. The data obtained indicate the demand for suppositories as dosage forms.

Keywords: suppositories, marketing research

В медицинской практике значительное место занимают ректальные лекарственные формы [3-4]. Они имеют ряд преимуществ перед другими препаратами, особенно при назначении их в педиатрической и геронтологической практике [1-2, 5].

Целью работы является изучение номенклатуры и востребованности лекарственных препаратов – суппозиториях для дальнейших научных исследований.

Материал и методы исследования

Маркетинговые исследования номенклатуры ректальных лекарственных препаратов (ЛП) проводились на основе контент-анализа информационной базы данных о лекарственных средствах, разрешенных к применению в России, их систематизации и последующего логического, структурного, сравнительного, графического анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Нами проведен анализ научных и официальных справочных изданий, содержащих маркетинговую информацию о лекарственных средствах, разрешенных к применению в Российской Федерации, таких как:

- 1) Государственный Реестр лекарственных средств и изделий медицинского назначения;
- 2) Регистр лекарственных средств России;
- 3) Энциклопедия лекарств;
- 4) Справочник лекарственных средств (Под редакцией М.Д. Машковского);
- 5) Справочник Видаль. Лекарственные препараты в России;
- 6) Клинико-фармацевтический справочник. Современные лекарственные средства.

Данные анализа показали, что количество лекарственных препаратов для ректального и вагинального применения на Российском фармацевтическом рынке составляет около 5% от общего числа ЛП. На современном фармацевтическом рынке России 37,2% суппозиториев приходится на отечественные препараты и 62,7% производится за рубежом.

Результаты анализа зарубежных производителей по странам приведены на рисунке 1.

Лидером по количеству производимых суппозиториев является Германия (25,4%), на втором месте находится Австрия (11,9%), далее следуют Польша, Франция, Словения и Сербия (по 8,5%), затем Болгария и Италия (по 6,8%), США (3,4%). Удельный вес лекарств остальных 7 стран в сумме составляет 11,9%.

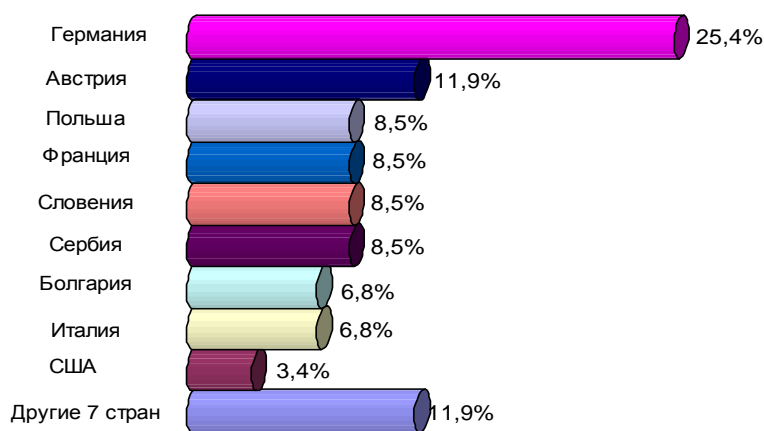
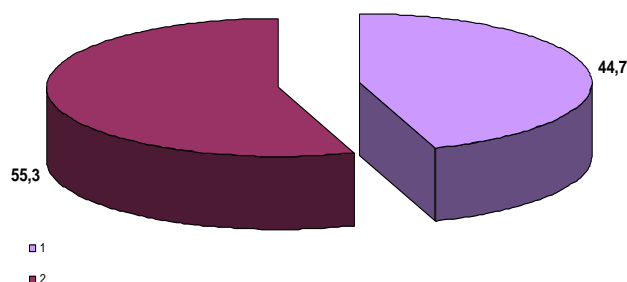


Рис. 1. Распределение зарубежных стран — производителей ректальных суппозиториев на рынке РФ

Изучение состава суппозиторий выявило, что в общей структуре ассортимента 25,5% приходится на лекарственные средства, обладающие монотерапевтическим действием. Комплексным фармакотерапевтическим действием обладают 74,5%, из них 52,4% составляют НПВС. Суппозитории, в состав которых входят природные лекарственные вещества, составляют 18,1%, синтетические – 77,7%, комбинированные – 4,26%.

Ректальные ЛП, отпускаемые без рецепта врача, составляют 44,7%, 55,3% препаратов отпускаются из аптек по рецептам (рис. 2).



1 – препараты, отпускаемые без рецепта врача
2 – препараты, отпускаемые по рецепту врача

Рис. 2. Соотношение рецептурных и безрецептурных лекарственных форм на примере ректальных суппозиторий

Изучение востребованности суппозиторий проводилось методом социологического опроса населения. Для этого была разработана анкета, включающая 18 вопросов.

Социологический опрос проводился среди посетителей аптек г. Пятигорска в феврале 2014 г. Всего было опрошено 50 человек. После первичного анализа пригодными для дальнейшей обработки оказались 48 анкет (96%). Из них 32 анкеты заполнили женщины (67%), 16 – мужчины (33%).

По возрастным группам респонденты распределились следующим образом: до 20 лет – 4%; от 21 до 30 лет – 50%; от 31 до 40 лет – 6%; от 41 до 50 лет – 21%; от 51 до 54 лет – 2%; от 55 до 59 лет – 2%; старше 60 лет – 15% (рис. 3).

1 – от 21 до 30 лет
2 – до 20 лет
3 – от 31 до 40 лет
4 – от 41 до 50 лет
5 – от 51 до 54 лет
6 – старше 60 лет
7 – от 55 до 59 лет

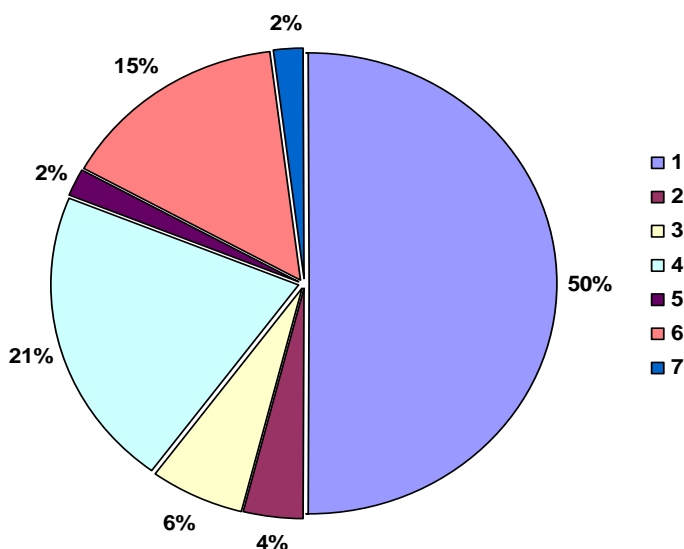


Рис.3. Распределение опрошенных респондентов по возрастным группам

На вопрос о социальном статусе ответили: 44% – «студент (учащийся)», 15% – «служащий», 10% – «рабочий», 6% – «предприниматель», 15% – «пенсионер», 10% – «безработный (домохозяйка)» (рис. 4).

1 – студент (учащийся)

2 – служащий

3 – рабочий

4 – предприниматель

5 – пенсионер

6 – безработный (домохозяйка)

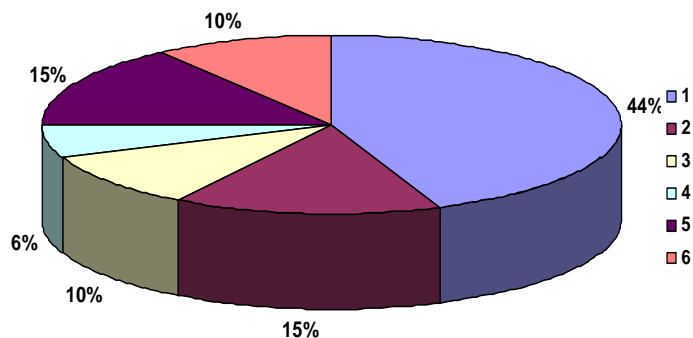
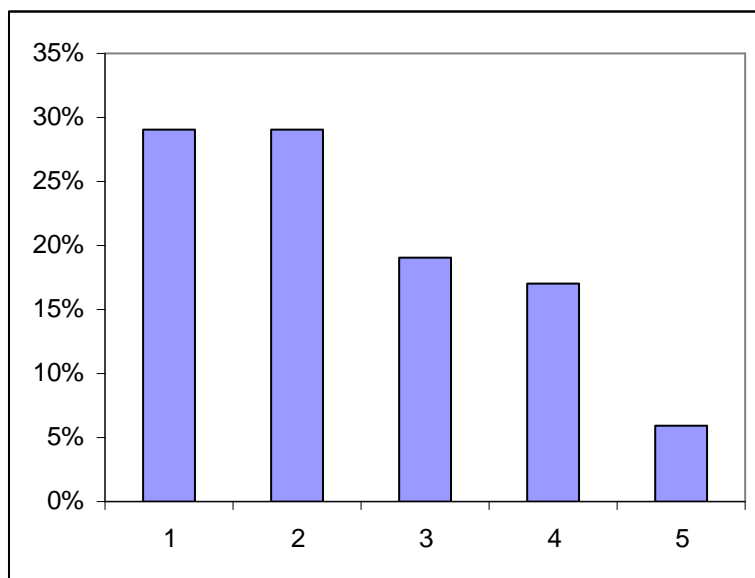


Рис. 4. Социальный статус респондентов

Среднемесячный доход на одного члена семьи составляет: менее 10000 руб. – у 29% респондентов, 10000–15000 руб. – 29%, 15000–20000 руб. – 19%, 20000–25000 руб. – 17%, доход более 25000 руб. имеют 6% опрошенных (рис. 5).



1 – до 10000 руб.

2 – 10000–15000 руб.

3 – 15000–20000 руб.

4 – 20000–25000 руб.

5 – более 25000 руб.

Рис. 5. Среднемесячный доход респондентов

При этом на покупку лекарственных средств (в месяц) до 1000 руб. могут затратить 40% опрошенных, 1000–3000 руб. – 24%, 3000–5000 руб. – 21%, 5000–10000 руб. – 13%, более 10000 – 2% респондентов (рис. 6).

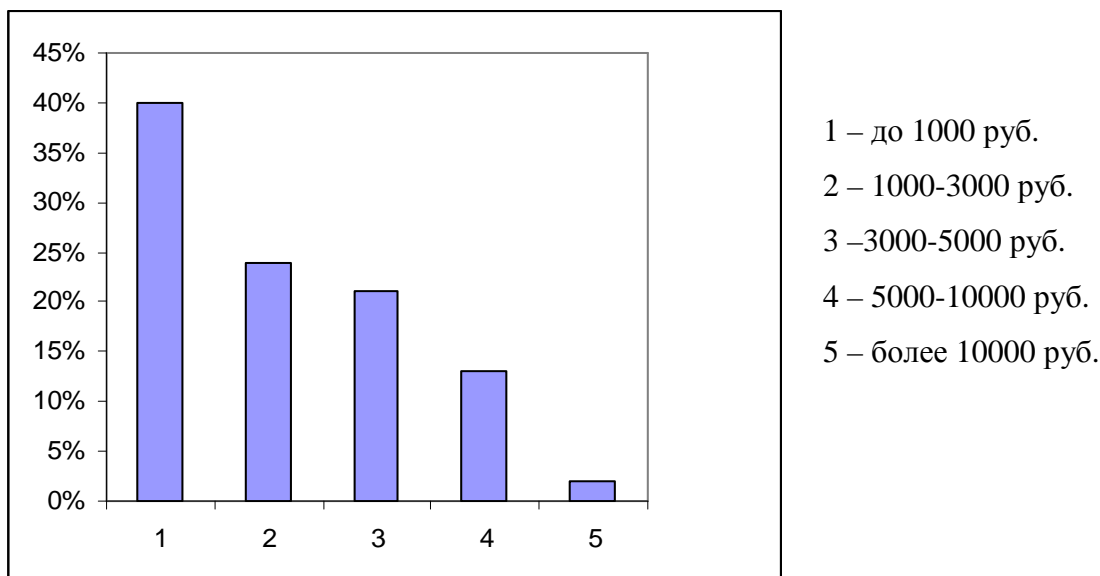


Рис. 6. Среднемесячные затраты населения на покупку лекарственных средств

Следует отметить, что при покупке ЛП в аптеке для 31% респондентов основной мотивацией при выборе является собственный опыт, рекомендации врача – для 26%, советы провизора – для 20%, для 13% – совет друзей и родственников, и только 8% обращают внимание на рекламу, в том числе телевизионную (рис. 7).

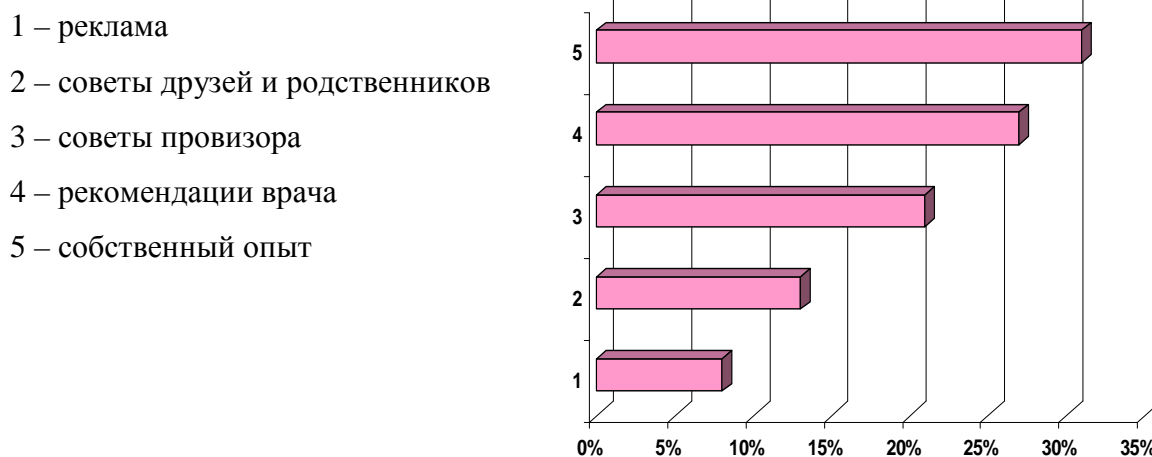
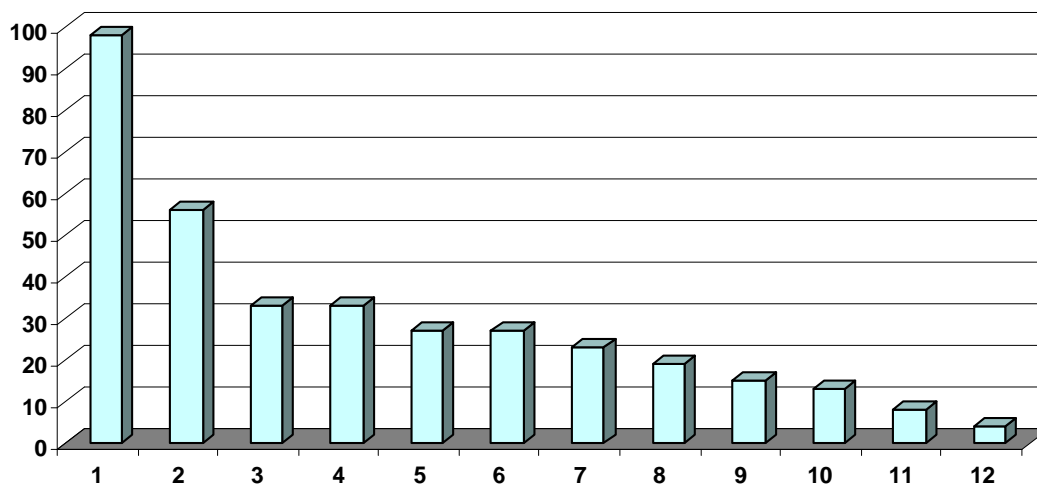


Рис. 7. Мотивация потребителей при выборе ЛП

Установлено, что у 16% респондентов в домашней аптечке имеются лекарственные препараты в форме суппозитория, применяли суппозитории 38%. Использование суппозитория удобным способом считают 20%.

За детьми и пожилыми людьми ухаживали 52% респондентов, 32% из них использовали лекарственные препараты в форме суппозитория.

Результаты опроса показали, что наиболее предпочтительной лекарственной формой для 98% респондентов являются таблетки; для 56% – капсулы; для 12% – суппозитории. Наименьшее число опрошенных – 4% — предпочитают растворы для инъекций. Рейтинг лекарственных форм отражен на рисунке 8.

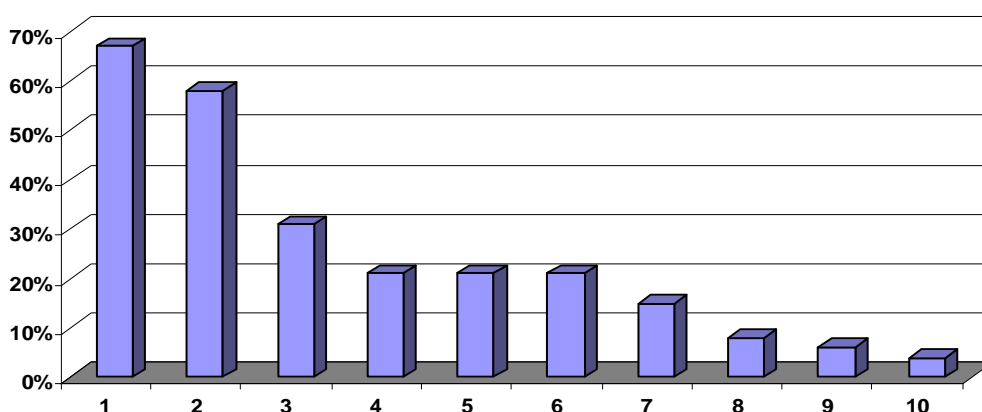


1 – таблетки; 2 – капсулы; 3 – спрей; 4 – мазь; 5 – сироп; 6 – капли; 7 – гель; 8 – порошки; 9 – суппозитории; 10 – микстуры; 11 – гранулы; 12 – растворы для инъекций.

Рис. 8. Рейтинг лекарственных форм, %

Наиболее рациональными в педиатрической и гериатрической практике, по мнению респондентов, являются суппозитории – 67%; сиропы – 58% (рис. 9).

Полученные данные позволяют сделать вывод о востребованности суппозиториях на современном фармацевтическом рынке. Особое значение имеют суппозитории, применяемые в детской практике и гериатрии, а также при лечении больных, имеющих хронические заболевания, требующие длительного лечения.



1 – суппозитории; 2 – сироп; 3 – мазь; 4 – таблетки; 5 – микстуры; 6 – капли; 7– гель; 8 – порошки; 9 – капсулы; 10 – растворы для инъекций.

Рис. 9. Рейтинг лекарственных форм для детей и пожилых людей

Выводы:

1. Изучена востребованность суппозиториев на современном фармацевтическом рынке.
2. Установлено, что количество лекарственных средств для ректального применения на российском фармацевтическом рынке составляет около 5% от общего числа лекарственных препаратов. Из них 37,2% составляют суппозитории отечественные и 62,7% – зарубежного производства.
3. Используют суппозитории для лечебных целей согласно рекомендации врачей около 26% респондентов, примерно 8% основываются на рекламе.
4. Наиболее рациональной в гериатрической и педиатрической практике считают суппозитории 67% респондентов. Полученные данные свидетельствуют о востребованности суппозиториев как лекарственного средства.

Список литературы

1. Интенсивная технология детских суппозиториев / М.А. Балабудкин, Л.А. Климов, В.В. Скиба и др. // Человек и лекарство: тез. докл. 2 Рос. нац. конгр. 10–15 апр. 1995 г. – М., 1995. – С. 7–8.
2. Машковский М.Д. Лекарственные средства. – Изд. 16-е, перераб и доп. – М.: Новая волна, 2010. – 1216 с.
3. Регистр лекарственных средств России: ежегод. сб. – М.: РЛС – 2013, 2013. – 1503 с.
4. Справочник Видаль 2014. Лекарственные препараты в России. – Изд. 20-е – М.: ЮБМ Медика Рус, 2014. – 1600 с.
5. Vyvyan H.A. Patients and attitudes to rectal drug administration / H.A. Vyvyan, Z. Hanafiah // Anaesthesia. – 1995. – № 11. – P. 983–984.

Рецензенты:

Гацан В.В., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой ОЭФ Пятигорского медико-фармацевтического института – филиала ГБОУ ВПО ВолгГМУ МЗ РФ, г. Пятигорск;
Кодониди И.П., д.ф.н., доцент кафедры органической химии Пятигорского медико-фармацевтического института – филиала ГБОУ ВПО ВолгГМУ МЗ РФ, г. Пятигорск.