

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ И ЛЕЧЕНИЯ КЛИМАКТЕРИЧЕСКИХ РАССТРОЙСТВ

И.В. Спичак, Т.Н. Бабанина

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», г. Белгород

В последние годы продолжительность жизни женщин стремительно увеличивается. В связи с данным фактом в современном обществе растет интерес к проблемам здоровья женщин старшей возрастной группы [1].

В настоящее время средний возраст наступления менопаузы — $49 \pm 0,5$ лет, следовательно, примерно $1/3$ своей жизни каждая женщина проводит в состоянии гипоэстрогении. Универсальными маркерами эстрогенного дефицита в перименопаузе принято считать вазомоторные и эмоционально-психические нарушения, проявляющиеся в виде климактерических расстройств или климактерического синдрома различной выраженности. В ряде случаев климактерий приобретает черты и признаки патологического процесса. Женщины, страдающие от патологических проявлений климактерия, обращаются за помощью к различным специалистам — невропатологу, кардиологу, эндокринологу, психиатру и др. [2].

В распоряжении врачей есть большой арсенал лекарственных препаратов, позволяющих корректировать осложнения гипоэстрогенного состояния. Именно от правильного выбора тактики, времени начала, длительности терапии и ряда других факторов зависит состояние здоровья женщин [1].

Учитывая, что фармакотерапия климактерических расстройств у женщин занимает значительное место, актуальным является исследование предложений современного рынка лекарственных препаратов (ЛП), применяемых для профилактики и лечения климактерических расстройств с целью принятия решений по оптимизации ассортимента.

Цель исследования - маркетинговый анализ российского фармацевтического рынка ЛП для профилактики и лечения климактерических расстройств у женщин.

Материалы и методы исследования. Справочники информации о ЛП: Видаль «Лекарственные препараты в России» 2015 г.; «Регистр лекарственных средств России» за 2015 г.; «Реестр лекарственных средств России» за 2015 г.

Методы исследования: контент-анализ, структурный, сравнительный, графический, сегментационный анализы.

Результаты и их обсуждение. Для реализации поставленной цели была разработана концепция маркетингового исследования, состоящая из трех этапов: 1) формирование информационного массива ЛП, для профилактики и лечения климактерических расстройств у женщин,

зарегистрированных в РФ; 2) структурный анализ ассортимента ЛП; 3) сегментационный анализ ассортимента; 4) разработка макроконтура российского фармацевтического рынка.

На начальном этапе исследования сформирован информационный массив ЛП, зарегистрированных в РФ, включающий 76 МНН, 144 ТН и 879 ЛП с учетом всех форм выпуска и дозировок (табл. 1):

Таблица 1

Укрупненная структура ассортимента лекарственных средств, применяемых для профилактики и лечения климактерических расстройств у женщин, на российском фармацевтическом рынке по АТХ-классификации

№ п/п	Наименование классификационной группы по АТХ	Количество наименований									
		МНН		ТН		Лекарственные препараты (ЛП)					
						Всего		в т.ч. отечествен.		в т.ч. зарубежные	
		Абс	Доля, %	Абс	Доля, %	Абс	Доля, %	Абс	Доля, %	Абс	Доля, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	А- Препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ	14	18,4	21	14,5	194	22,1	150	17,1	44	5,0
2	В- Препараты, влияющие на кровь и систему кроветворения	1	1,3	1	0,7	27	3,0	24	2,7	3	0,4
3	С- Сердечно-сосудистая система	2	2,6	4	2,8	116	13,1	80	9,1	36	4,1
4	Г- Мочеполовая система и половые гормоны	18	23,7	42	29,2	122	13,9	12	1,4	110	12,5
5	Н- Гормональные препараты для системного назначения	1	1,3	4	2,8	13	1,4	4	0,4	9	1,0
6	Л- Противоопухолевые и иммуномодулирующие препараты	1	1,3	1	0,7	7	0,8	-	-	7	0,8

7	Н- Нервная система	10	13,2	40	27,8	337	38,5	182	20,7	155	17,6
8	Гомеопатические ЛП	7	9,3	7	4,8	23	2,6	12	1,4	11	1,3
9	Биологически активные добавки	22	28,9	24	16,7	40	4,6	16	1,8	24	2,7
	Итого	76	100,0	144	100,0	879	100,0	480	54,6	399	45,4

В ходе структурного анализа ассортимента ЛП выявлено, что структуру ассортимента ЛС для профилактики и лечения климактерических расстройств у женщин формируют 8 классификационных групп ЛС согласно АТХ- классификации и группа «Биологически активные добавки».

Первую ранговую позицию занимает группа Н «Нервная система» - 38,5 %, вторую - группа А «Препараты, влияющие на пищеварительный тракт и обмен веществ» - 22,1 %, далее следуют группа Г «Мочеполовая система и половые гормоны» - 13,9 %, группа С «Сердечно-сосудистая система» - 13,1%. Группа L «Противоопухолевые и иммуномодулирующие препараты», Н «Гормональные препараты для системного назначения» и В «Препараты, влияющие на кровь и систему кроветворения» занимают 5,2 % в общем объеме ассортимента, гомеопатические ЛП - 2,6 %, БАДы - 4,6 %.

В целях более детального исследования проведен внутригрупповой анализ ассортимента ЛП. Так, в частности, при внутригрупповом анализе ЛП для лечения нервной системы выявлено, что среди 5 подгрупп, применяемых для терапии данных заболеваний, доминирует группа N06В «Психостимуляторы, средства, применяемые при синдроме дефицита внимания с гиперактивностью, и ноотропные препараты», которая насчитывает 192 препарата, что составляет 56,8 %. Группа N06А «Антидепрессанты» насчитывает 70 ЛП, доля которых 20,7 %. Группа N05В «Анксиолитики» включает 49 лекарственных средств, на долю которых приходится 14,5%. и группы N05А «Антипсихотические препараты» и N05С «Снотворные и седативные средств» составили 5,3 %.

При проведении сегментационного анализа ассортимента ЛП по составу выявлены монокомпонентные (72,4%) и комбинированные препараты сложного состава (27,6%).

Анализ ассортимента по производственному признаку показал, что лидирующую позицию занимают ЛП отечественного производства - 54,6 %, а на долю зарубежных приходится 45,4%.

Странами-лидерами среди производителей являются: Россия - 54,6 %, Нидерланды - 7,9%, Германия - 5,1 % и Франция - 5,0%.

Сегментирование ЛП по виду лекарственной формы показало, что доля твердых ЛФ составляет 73,2 % (643 наименования), жидких - 22,9 % (201 наименование), мягких - 2,8 % (25 наименований) и газообразных - 1,1 % (10 наименований). Среди твердых ЛФ лидирующую позицию занимают

таблетки - 59%; на втором месте - капсулы - 11,8%; на третьем - таблетки, покрытые оболочкой - 9%; при этом таблетки, покрытые пленочной оболочкой, составляют 7,3%.

В ходе изучения индекса обновления установлено, что за последние 5 лет на российском фармацевтическом рынке зарегистрировано 280 препаратов для профилактики и лечения климактерических расстройств. Индекс обновления (Io) составил 30,0%.

По результатам исследования сформирован ассортиментный макроконтур российского рынка ЛП, применяемых для профилактики и лечения климактерических расстройств (рис.1).

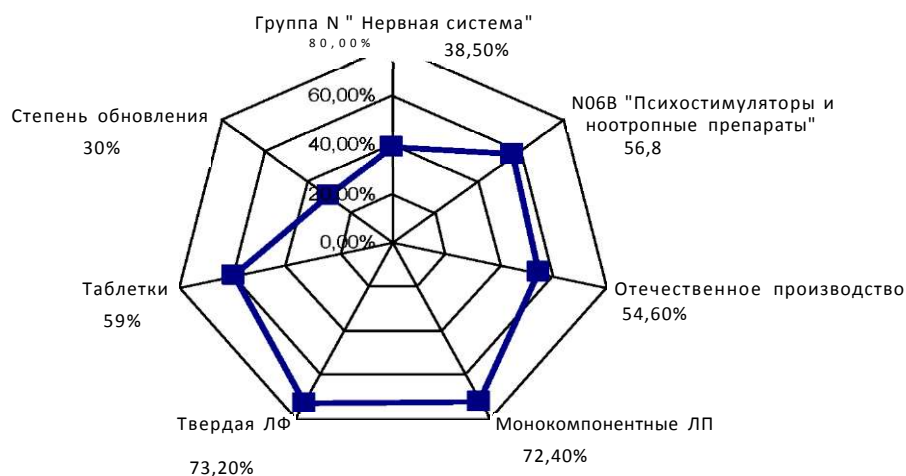


Рис. 1. Макроконтур российского рынка ЛП, применяемых с целью профилактики и лечения климактерических расстройств у женщин, %

Макроконтур российского рынка ЛП, применяемых для профилактики и лечения климактерических расстройств у женщин, представлен, в основном, препаратами для лечения нервной системы (N -38,5%), лидирующее место среди которых занимает N06B «Психостимуляторы, средства, применяемые при синдроме дефицита внимания с гиперактивностью, и ноотропные препараты» - 56,8 %. По производственному признаку преобладают ЛП отечественного производства (54,6%), по составу монокомпонентные (72,4%), в 73,2% случаев представлены в виде твердых лекарственных форм, преимущественно в виде таблеток - 59%. Индекс обновления за анализируемый период составил 30,0%.

Проведенный маркетинговый анализ показал, что предложения российского рынка ЛП, применяемых с целью профилактики и лечения климактерических расстройств масштабны, что предоставляет значительные возможности в реализации фармакотерапии женщин.

Литература

1. Апетов, С. С. Роль гестагенов в заместительной гормональной терапии /С. С. Апетов, С. Ю. Калинин, Л. О. Ворслов // Лечащий врач.- 2013. - № 11. - С. 78-84.
2. Шайхова, Г.И.Состояние здоровья женщин в климактерическом периоде / Г.И. Шайхова, Г.Т. Саидова // Профилактическая и клиническая медицина. - 2009. - № 2. - С. 54-57. '

РАЗРАБОТКА ПОДХОДОВ К ПОДБОРУ ПЕРСОНАЛА АПТЕК НА ОСНОВЕ СОЦИОНИКИ

И.В. Спичак, Н.В. Безуглая

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет», г. Белгород

На сегодняшний день на фармацевтическом рынке присутствует высокая конкуренция. Данная ситуация увеличивает зависимость эффективной деятельности аптеки от деятельности фармацевтического персонала. Подходы соционики в сфере управления персоналом помогают спрогнозировать поведение работника в определенных условиях, оценить его взаимодействие с окружающими, проанализировать микроклимат в рабочем коллективе, дать рекомендации для каждого сотрудника в плане формирования наиболее комфортной рабочей среды, определить дальнейшее развитие.

Целью исследования явилось разработка подходов к отбору и расстановке персонала в аптеку на основе соционики.

Объектами исследования явились 20 анкет, заведующих аптеками и работников «первого стола» г. Белгорода и 50 Тестов - опросников Юнга. Методы: структурный, социологический(анкетирование), графический, аналитический, ранжирование.

Сотрудники организации - это конкурентное богатство, капитал предприятия, главный ресурс компании, от качества и эффективности использования которого в большей степени зависят экономические результаты ее деятельности. Поэтому разработка четкого плана действий, политика предприятия по подбору персонала является первостепенной для любой компании, т. к. играет немаловажную роль для достижения целей и задач организации.

Соционика - это наука, изучающая процесс обмена информацией между человеком и внешним миром, т.е. каким образом люди воспринимают, перерабатывают и выдают информацию.

Соционика позволяет:

- мотивировать персонал именно тем, что его реально мотивирует;