

ДУМКА ЛІКАРІВ І ФАРМАЦЕВТІВ – ЩО ЗМІНИЛОСЯ ЗА ПЕРІОД КРИЗИ?

Ігор Литовка
генеральний директор КОМКОН Фарма - Україна

Відомий учений-економіст середини ХХ століття Мюррей Ротбард у статті “Економічні депресії: їх причини і методи лікування” дав величезно цікаве трактування того, що відбувається нині з економікою.

«У минулі часи ми страждали від періодичних економічних криз, раптовий початок яких називався “панікою”, а затяжний період після паніки називався “депресією”. Найвідомішою депресією нового часу є звичайно ж та, що почалася від 1929 року з типової фінансової паніки і продовжувалася аж до початку Другої світової війни.

Після катастрофи 1929 року економісти і політики вирішили, що це

більше ніколи не повинно повторитися. Аби успішно і без особливого клопоту впоратися з цим завданням, знадобилося всього лише виключити із вжитку слово “депресія”. І коли у 1937–1938 рр. настала чергова жорстока депресія, економісти просто відмовилися використовувати цю страшну назву і ввели нове благозвучніше поняття – “реcesія”.

Від тоді ми пережили вже немало реcesій, але при цьому жодної депресії. Утім, досить швидко слово “реcesія” теж виявилось досить різким для витончених відчуттів публіки. Судячи з усього, остання реcesія була в Америці у 1957–1958 рр. З того ж часу траплялися “спади”, або навіть

краще “уповільнення”, а то і “відхилення” у вигляді фінансової кризи. Тому нічого дивного і незвичайного зараз не відбувається – економіка розвивається циклічно – “бум” змінився “реcesією”.

Під час кризи будь-яка інформація про ринок набуває високої цінності. Отже, особливості сприйняття кризи, резистентність до цього і передбачувані форми поведінки людей у різних цільових групах можна розглядати як головні елементи, на основі яких будуватиметься маркетингова стратегія компанії.

У межах проведення комплексу регулярних досліджень компанія «Комкон Фарма-Україна» включила до

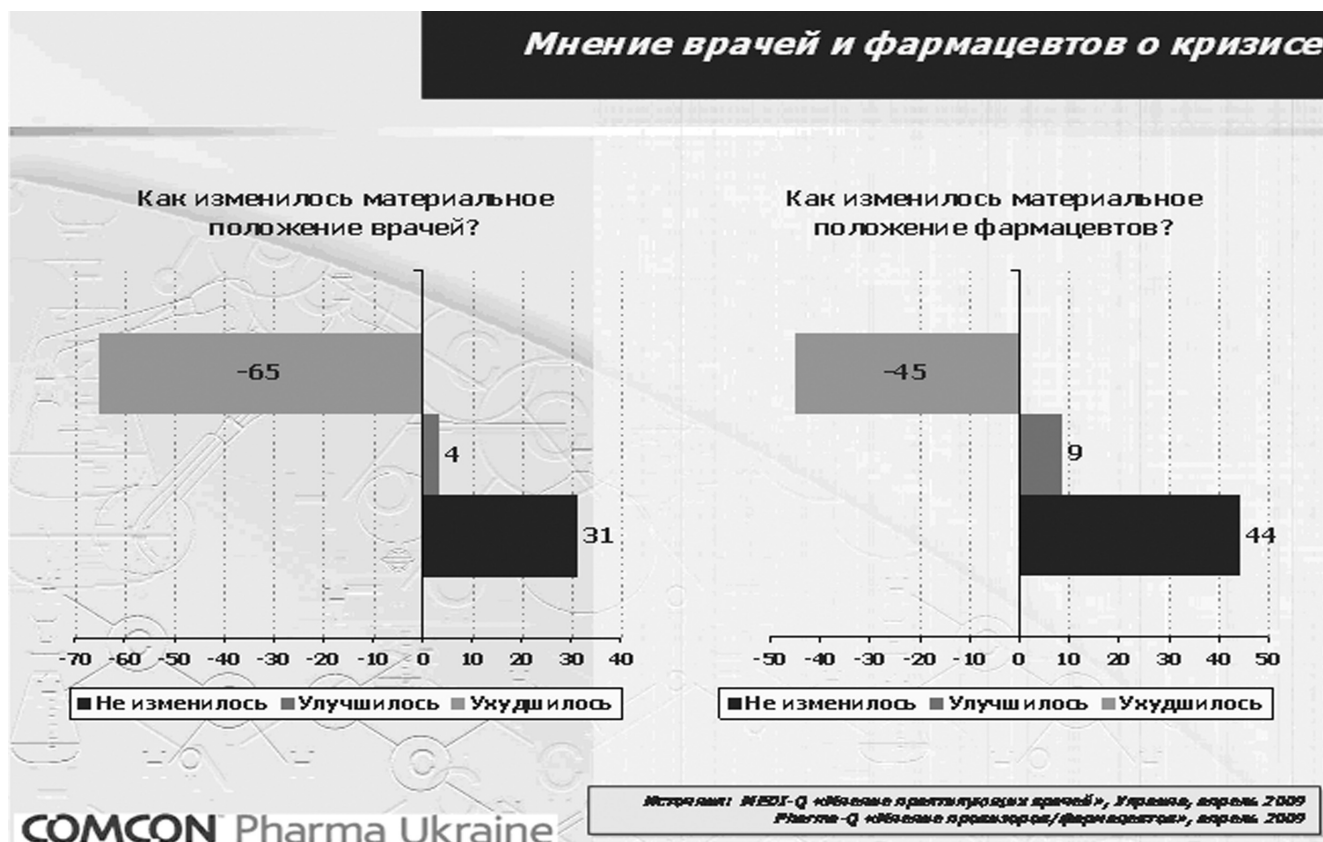


Рис. 1 Думки лікарів та фармацевтів про кризу

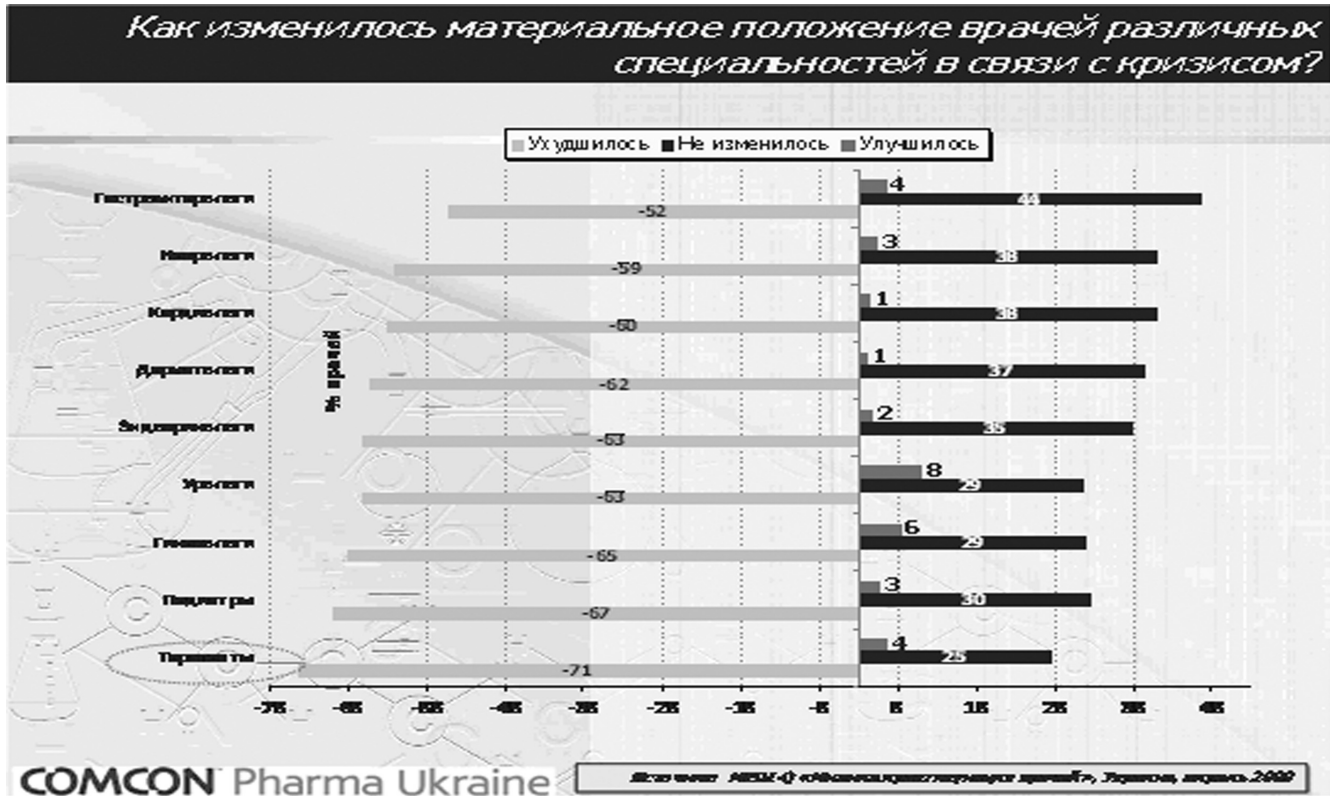


Рис. 2 Як змінилося матеріальне становище лікарів різних спеціальностей у зв'язку з кризою

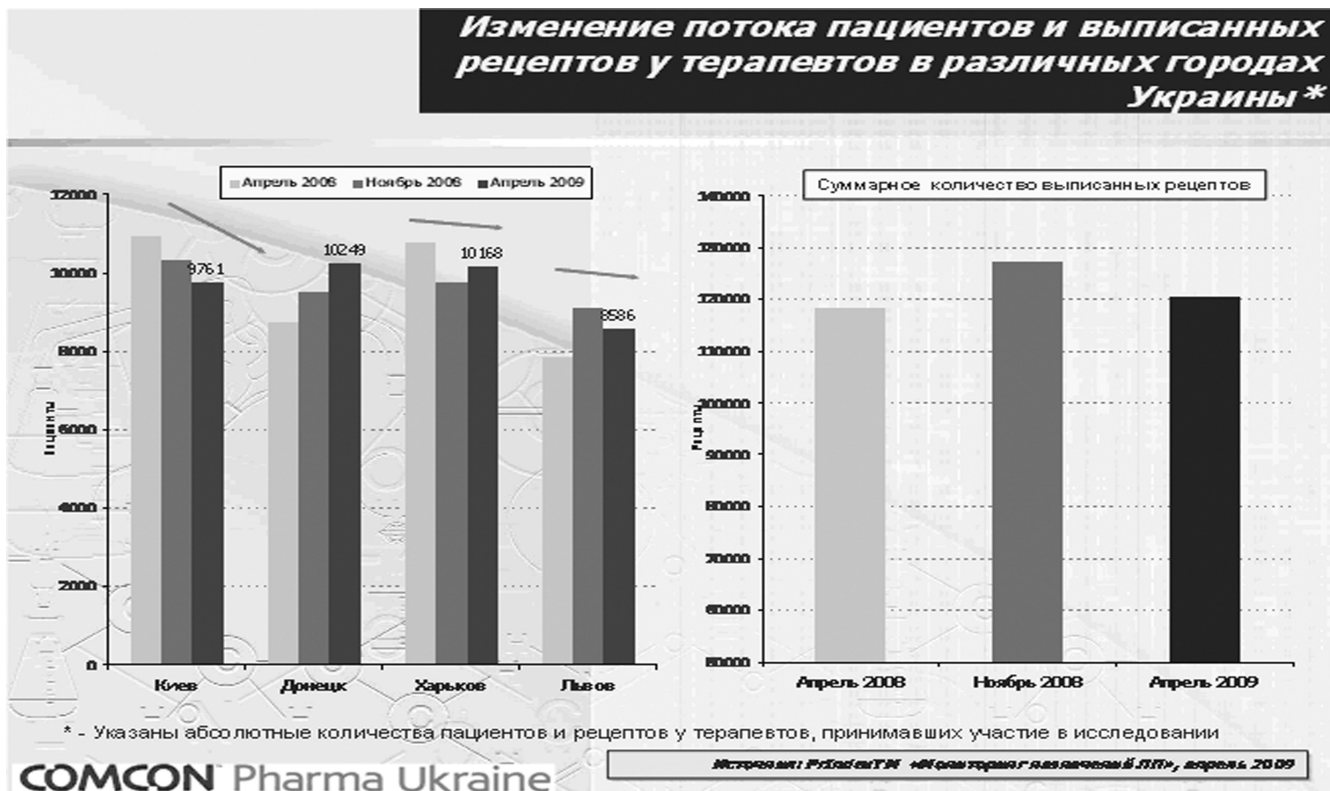


Рис. 3 Зміна потоку пацієнтів та виписаних рецептів в різних містах України



Рис. 4 Думки фармацевтів про кризу

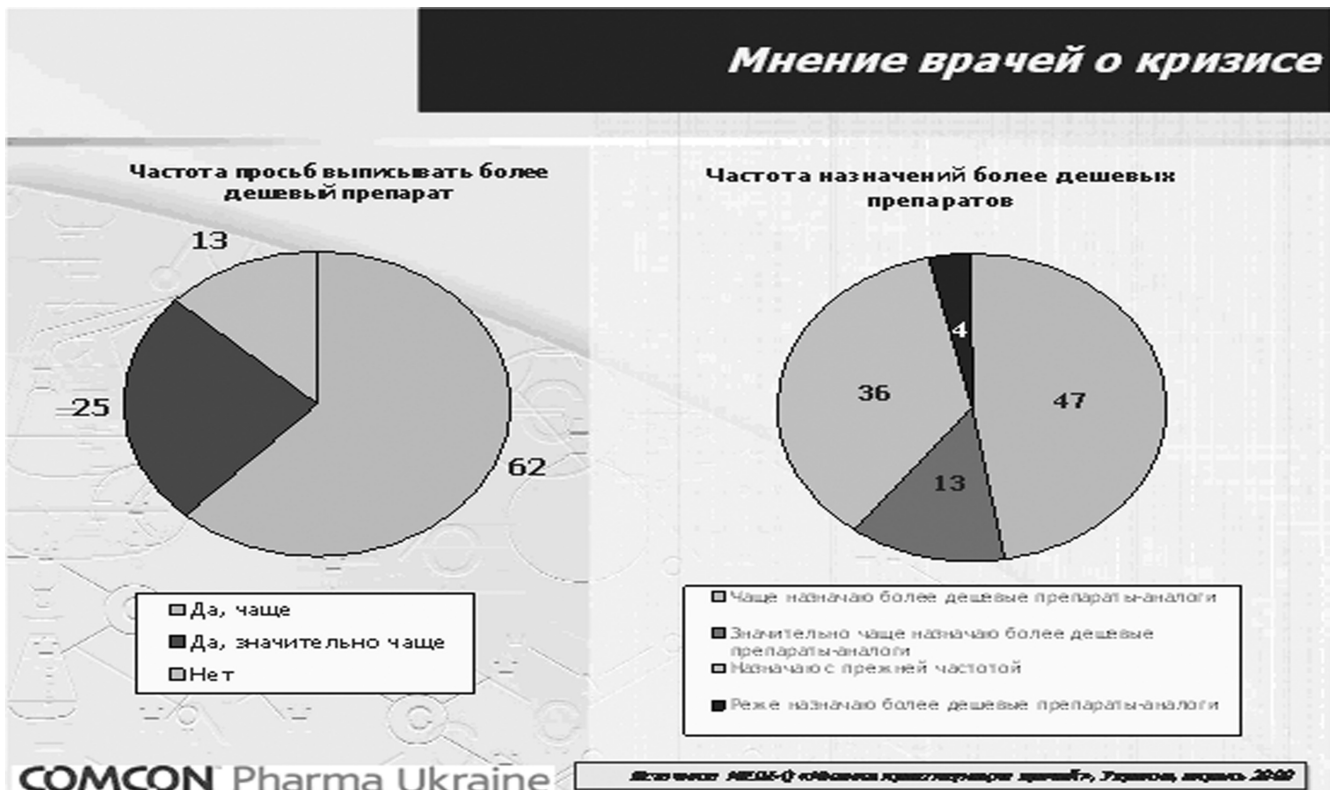


Рис. 5 Думки лікарів про кризу

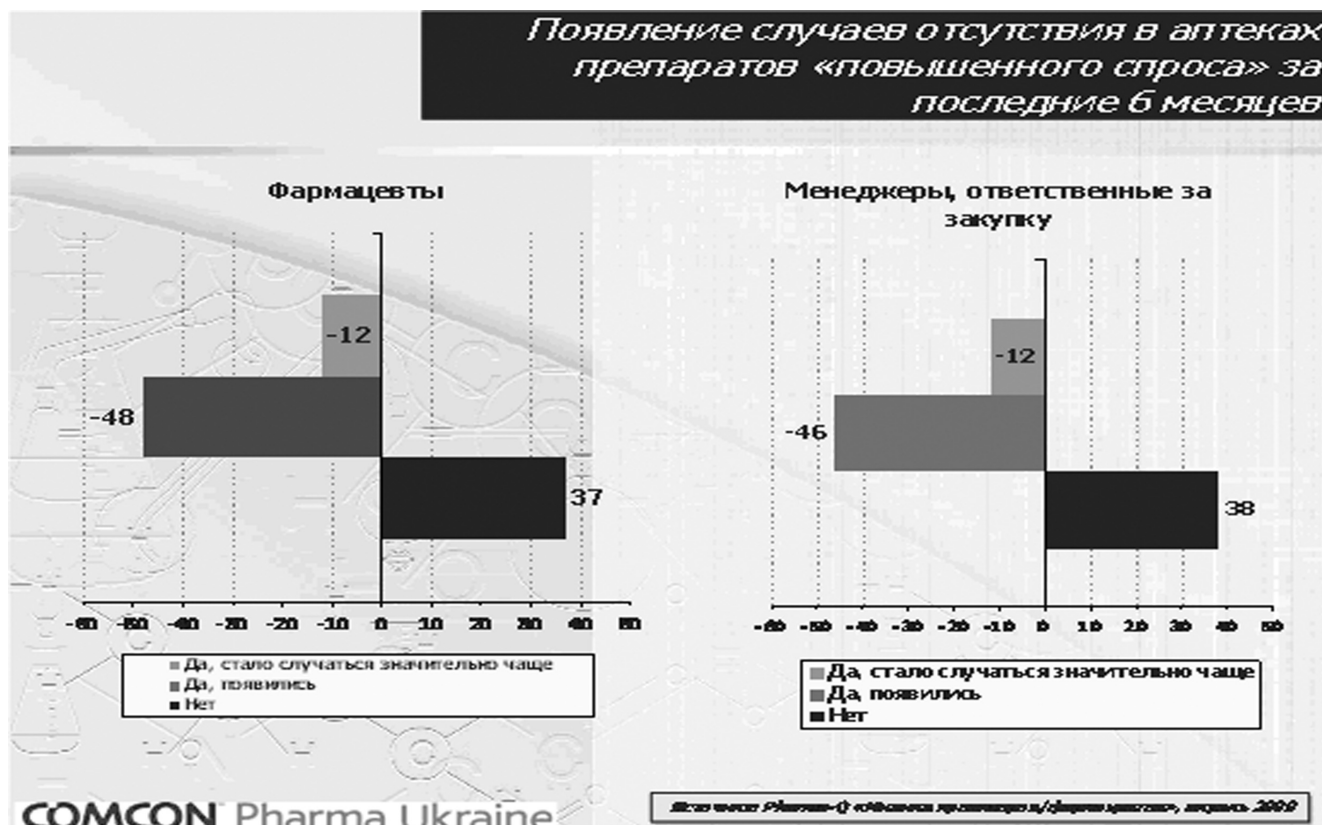


Рис. 6 Поява випадків відсутності в аптеках препаратів «підвищеного попиту» за останні 6 місяців

анкети нові розділи, які дозволяють одержати інформацію щодо ставлення лікарів і провізорів/фармацевтів до кризи загалом, а також виявити нові поведінкові або професійні настанови як даних цільових аудиторій, так і пацієнтів або покупців ліків.

Було опитано 3686 лікарів дев'яти різних спеціальностей (дослідження MEDI-Q) і 1241 провізорів/фармацевтів (дослідження Pharma-Q). Результати показали, що 65% лікарів різних спеціальностей і 45% фармацевтів вважають, що за останніх шість місяців їхнє матеріальне становище погіршилося (рис. 1).

Найбільш матеріально постраждалими вважають себе терапевти – 71%, найменш – гастроентерологи – 52% (рис. 2).

Цікавим виявився і той факт, що у великих містах з населенням близько мільйона городян найбільша кількість терапевтів, що вказали на погіршення матеріального становища, була виявлена у Одесі та Києві.

37% лікарів-респондентів вважають, що з кризою знизився показник кількості пацієнтів. Тоді як 44%

співробітників аптек вказують на зменшення кількості відвідувачів. Також про зменшення кількості візитів пацієнтів до лікарів говорять дерматологи і гінекологи (48 і 46 % відповідно), тоді як ці самі дані найнижчі у педіатрів.

Вагомим доповненням до дослідження є моніторинг призначень лікарів і потоку пацієнтів (дослідження PrIndex, 17 лікарських спеціальностей). Зокрема, на підставі цього виявлено незначне зниження потоку пацієнтів у терапевтів у Києві і Львові, а в Донецьку – навіть зафіксовано збільшення відвідувань лікаря. Слід також вказати і на падіння загальної кількості виписаних терапевтами рецептів (рис. 3).

Хотілося б зупинитися і на ключовому моменті у поведінкових реакціях названих цільових аудиторій – запити пацієнтів і покупців аптек на виписку або покупку недорогого препарату, з одного боку, і готовність лікарів і фармацевтів до самостійних пропозицій щодо рекомендацій таких препаратів, з другого.

Так, на запитання, як часто ви ре-

комендуєте дешевший препарат за власною ініціативою, – 55% фармацевтів зазначили, що частота рекомендацій не змінилася. А на запитання, чи частіше покупці самостійно просять порекомендувати їм недорогий препарат – понад 80% фармацевтів стверджують, що кількість таких прохань зросла.

У лікарів ситуація дещо інша. 87% з них відповіли, що пацієнти почали звертатися частіше або значно частіше з проханням виписати дешевий препарат-аналог, і майже у 60% випадків лікарі йдуть назустріч таким побажанням (рис. 4, 5).

Термін «дефектура» належить до виключно аптечного сленгу. Поява дефектури в аптеках, особливо коли йдеться про препарати підвищеного попиту, є однією з «маркерів» – ознак розвитку економічної кризи. Тут сходяться воедино відразу кілька процесів: проблеми з наявністю товару у дистриб'юторів і проблеми з оборотними коштами у аптек. Як результат – відсутні звичні товарні позиції на полицях або змінюється підхід до формування асортименту у бік мен-

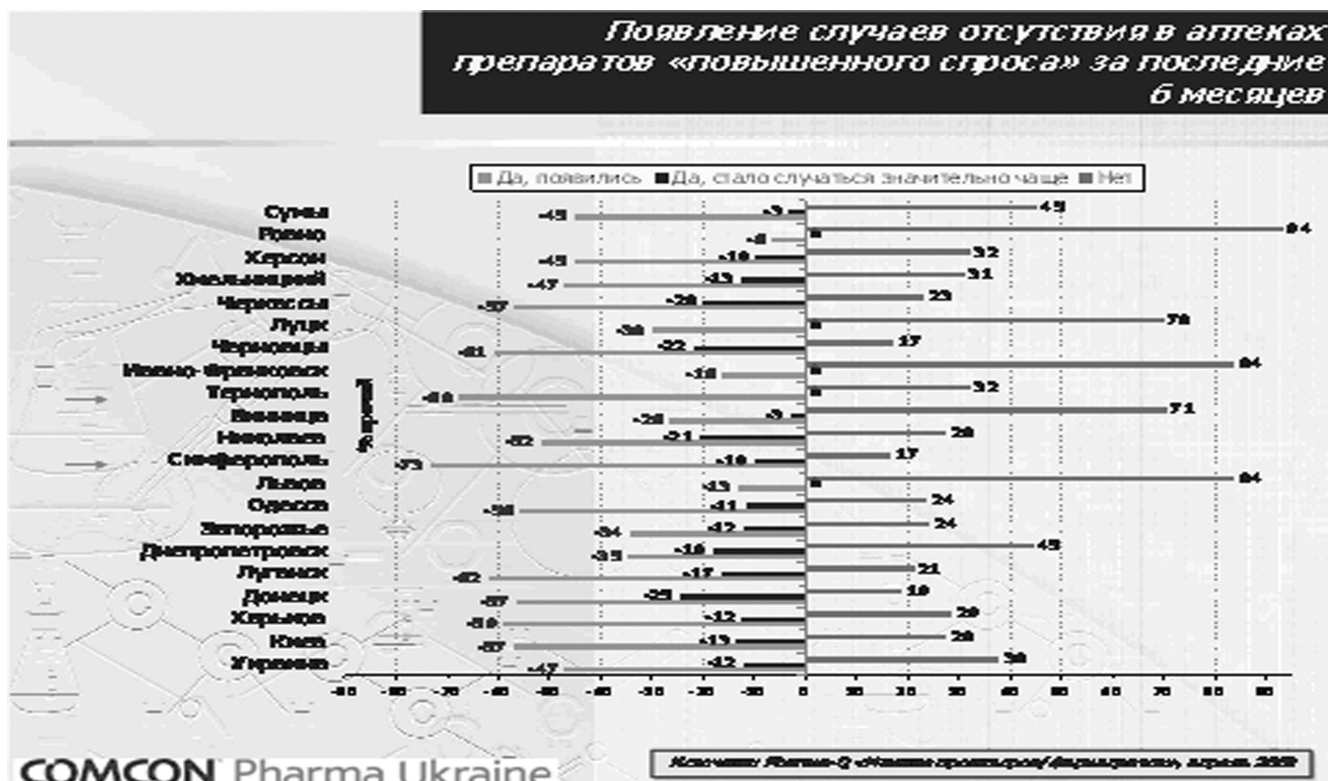


Рис. 7 Поява випадків відсутності в аптеках препаратів « підвищеного попиту » за останні 6 місяців

шої насиченості. При цьому негативні показники по ринку пов'язані частково саме з цим. Іншими словами, до тієї частини мінуса, коли покупець не може придбати товар, додається і та частина, коли він хоче це зробити, але продавець не в змозі задовольнити його потребу.

48% фармацевтів і 46% менеджерів аптек, відповідальних за закупівлю лікарських препаратів, вказали на те, що в аптеках відсутні препарати підвищеного попиту (рис. 6). Особливо критичними ці показники у Сімферополі і Тернополі, де відповідно 73 і 68% співробітників аптек вказали на появу дефектури (рис. 7).

Економічна криза – це порушення рівноваги між попитом і пропозицією на товари і послуги. Одночасно це і випробування на міцність не лише державної фінансової системи або індустрії, а й фізичного здоров'я людей. Принаймні відсутність в аптеках препаратів підвищеного попиту і поява бажання у людей лікуватися недорогими препаратами-аналогами складно трактувати інакше.

Безумовно, криза закінчиться –

адже закінчився навіть льодовиковий період! Але як довго вона триватиме і які будуть її наслідки – сказати важко.

Можна бути впевненим лише в одному – після закінчення кризи ми станемо більш досвідченими, сильнішими і розсудливішими.

Інформаційна довідка про використані дані:

У статті використані дані трьох дослідницьких проектів компанії «Комкон Фарма-Україна» за квітень 2009 р., які проводяться двічі на рік на регулярній основі:

1. MEDI-QTM «Думка практикуючих лікарів»:

- ◆ Комплексний аналіз факторів, що впливають на призначення лікарських препаратів лікарями.
- ◆ Географія проекту: 20 найбільших міст України.
- ◆ Вибірка: 3686 лікарів дев'яти різних спеціальностей.

2. Pharma-QTM «Думка провізорів/фармацевтів»:

- ◆ Комплексний аналіз факторів,

що впливають на професійну діяльність провізорів/фармацевтів, включає, зокрема, вивчення взаємодії роздрібною ланкою ринку (аптек) з компаніями-виробниками, компаніями-дистриб'юторами, а також покупцями аптек.

- ◆ Географія проекту: 20 найбільших міст України.
- ◆ Вибірка: 1241 провізор/фармацевт.

3. PrIndex™ (Prescription Index) «Моніторинг призначень ЛП»:

- ◆ Моніторинг призначень лікарських препаратів лікарями 17 різних спеціальностей.
- ◆ Географія проекту: м. Київ, Донецьк, Харків, Львів, додатково м. Дніпропетровськ (лише кардіологи і терапевти).
- ◆ Вибірка: 1881 лікар.

Компанія «Комкон Фарма-Україна» висловлює щире подяку всім фахівцям, які працюють у сфері охорони здоров'я і які брали участь у дослідженнях.