



ФАРМАЦИЯ КАЗАХСТАНА



2020

4



**НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ЦЕНТР ЭКСПЕРТИЗЫ**
лекарственных средств и медицинских изделий

ФАРМАЦИЯ КАЗАХСТАНА

НАУЧНЫЙ И ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

Ежемесячное издание для работников органов управления здравоохранением, в том числе фармацевцией, врачей, провизоров, фармацевтов и широкого круга специалистов, работающих в сфере обращения лекарственных средств, изделий медицинского назначения и медицинской техники, сотрудников медицинских вузов и колледжей.

Журнал входит в Перечень изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации результатов научной деятельности, индексируется в РИНЦ.



ОСНОВНЫЕ РАЗДЕЛЫ:

- Законы и нормативные правовые документы, регламентирующие сферу обращения лекарственных средств.
- Актуальная информация о лицензировании, регистрации, сертификации и стандартизации лекарственных средств, оперативные материалы Фармакологического и Фармакопейного центров Минздрава РК.
- Анализ фармацевтического рынка республики и стран СНГ, тенденций и проблем его развития.
- Новости медицины и фармации, клинической фармакологии, поиск, исследования и эксперименты в области разработки и создания новых эффективных медицинских препаратов, в том числе отечественного производства.
- Мнение специалистов и экспертов о лекарственных препаратах, презентация фармацевтических и медицинских компаний и их продукции, а также широкое освещение практической деятельности аптечных организаций и медицинских центров.
- Материалы по истории медицины и фармации республики.
- Консультации специалистов по вопросам, касающимся фармации, регистрации и перерегистрации лекарственных средств, медицинской техники и изделий медицинского назначения.

ПОДПИСКА НА 2020 ГОД

Регион: **город**

1 месяц – 768,30

3 месяца – 2 304,90

6 месяцев – 4 609,80

12 месяцев – 9 219,60

Регион: **район/село**

1 месяц – 772,60

3 месяца – 2 317,80

6 месяцев – 4 635,60

12 месяцев – 9 271,20



ТАРИФЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ РЕКЛАМЫ:

Полноцветная обложка

(20,5x27,9 см, А4 формат) – 70 350 тенге.

Полноцветный вкладыш

(20,5x27,9 см, А4 формат) – 64 630 тенге.

При размещении рекламного модуля необходимо наличие разрешения на рекламу.

Оформить подписку на журнал можно в любом отделении связи АО «Казпочта», в головном офисе РГП на ПХВ «Национальный центр экспертизы лекарственных средств и медицинских изделий» в г. Нур-Султан, редакции (территориальный филиал НЦЭЛС в г. Алматы), отделениях почтовых операторов – ТОО «Эврика-Пресс», ТОО «Агентство «Евразия Пресс» (в том числе для подписчиков из Российской Федерации).

По вопросам подписки, публикаций и размещения рекламных материалов обращаться по телефонам:



+7 (727) 273 03 73, +7 (747) 373 16 17



pharmkaz@dari.kz



www.pharmkaz.kz

Подписной индекс издания: 75888

Қазақстан Республикасының Мемлекеттік фармакопеясының
қазақ және орыс тіліндегі III томы жарыққа шықты



Вышел в свет III том Государственной фармакопеи
Республики Казахстан на казахском и русском языках

Pharmkaz.kz – это достоверная информация о рынке лекарств и медицинских изделий, состоянии фармацевтического рынка Казахстана и других стран, нормативные правовые акты МЗ РК, данные о побочных действиях лекарственных средств и медицинских изделий, рекомендации специалистов, публикация результатов научных исследований казахстанских и зарубежных ученых в области фармации, клинической фармакологии и практической медицины, обсуждение фармакопейных статей, новости фармацевтических компаний, электронные версии журнала «Фармация Казахстана».



Уважаемые наши читатели!



Очередной номер журнала «Фармация Казахстана» выходит в непростое время. Впервые в истории XXI века почти во всех странах мира проводятся масштабные карантинные мероприятия, направленные на борьбу с пандемией, вызванной коронавирусом.

Карантинные будни «взаперти» заставили многих и многих задуматься о собственном здоровье. Пришло осознание того факта, что жизнь может оборваться в любой момент не столько из-за вирусной инфекции, а больше от слабой сопротивляемости организма, вызванной гиподинамией, неправильным питанием, самолечением, игнорированием профилактических мероприятий и скринингов, предлагаемых Министерством здравоохранения РК в целях защиты взрослых и детей от опасных заболеваний.

Также большая часть населения, оказавшись в условиях изоляции, пришла к пониманию необходимости самостоятельного контроля за своим здоровьем. Все чаще на городских улицах можно встретить молодых людей, совершающих утреннюю пробежку, не пустуют и уличные спортивные площадки. А в аптеках отмечают, что меньше стали покупать лекарственных препаратов по совету знакомых, соседей и членов интернет сообществ. Врачи также подтверждают, что пациенты все чаще консультируются с ними в режиме онлайн по вопросам, касающимся собственного здоровья и выбора лекарственных средств.

Европейские ученые даже провели небольшое исследование, в ходе которого выяснилось, что жители многих стран стали активно потреблять растительные лекарственные препараты, считая их более безопасными для здоровья, чем синтетические. Интерес к растениям, могущим служить основой для создания новых лекарственных средств, проявляют и ученые в разных странах.

В апрельском номере заслуживает внимания публикация результатов проведенного впервые в истории казахстанской фармации исследования растения селитрянки Шобера в Караганде, на базе специализированных лабораторий местных производителей ЛС. Авторы Абдрахманова Г.М., Ишмуратова М.Ю., Ивасенко С.А., Шакаримова К.К., Лосева И.В. сделали фармакогностический анализ сырья *Nitraria Schoberi L.*, произрастающей в Карагандинской области. Растение почти неизвестное в фармации. В Казахстане из селитрянки варили мыло, а в тибетской медицине издавна используют в составе мазей для снятия воспалений суставов.

Познавательна статья, посвященная внедрению в Казахстане антидопинговой программы, которая до недавнего времени предназначалась только для профессиональных спортсменов мирового уровня. Но бесконтрольное употребление вредных для здоровья стимуляторов (особенно биодобавок и энергетиков) быстро распространилось среди любителей рекреационного спорта, особенно в подростковой среде.

Так что дистанционная работа и общение в режиме онлайн в условиях самоизоляции побудили многих из нас задуматься над важными вопросами и попытаться перестроить свою жизнь так, чтобы оставаться продуктивными в профессиональной деятельности и быть здоровыми как можно дольше.

От имени редакционной коллегии и коллектива Национального центра экспертизы лекарственных средств и медицинских изделий МЗ РК выражаем соболезнования родным и близким наших коллег из Казахстана, России, Таджикистана, Узбекистана, Китая, отдавших свои жизни при исполнении профессионального и человеческого долга, спасая людей от COVID-19.

Вечная им слава и светлая память!

Ф. СУЛЕЕВА,
координатор редакции

**Ежемесячный журнал о рынке лекарственных средств
и медицинских изделий**

№4 (225) апрель • Издаётся с 2001 г.

**РГП на ПХВ «Национальный центр экспертизы
лекарственных средств и медицинских изделий» МЗ РК**

WWW.NDDA.KZ

Редакционный совет

Р.М. Абдуллабекова (Казахстан)
Виталис Бриедис (Литва)
А.И. Гризодуб (Украина)
Н.Т. Джайнакбаев (Казахстан)
Милан Земличка (Чешская Республика)
Анна Мальм (Польша)
М.К. Мамедов (Азербайджан)
Е.В. Матвеева (Украина)
Б.К. Махатов (Казахстан)
И.А. Наркевич (Россия)
Т.М. Нургожин (Казахстан)
Д.А. Рождественский (Россия)
Росс Самир Анис (США)
В.Ю. Сергеев (Россия)
Э. Станкевичюс (Литва)
Елена Л. Хараб (США)
А.Б. Шукирбекова (Казахстан)

Редакционная коллегия

У.М. Датхаев
М.И. Дурманова
П.Н. Дерябин
Н.А. Жуманазаров
И.Р. Кулмагамбетов
Р.С. Кузденбаева
В.Н. Локшин
А.И. Нуртаев
М.Т. Рахимжанова
А.У. Тулегенова
Ж.А. Сатыбалдиева

Координатор группы

**«Редакция журнала
«Фармация Казахстана»**
Ф.Э. Сулеева

Дизайн и верстка

А.В. Беккер



Адрес редакции:

050004, РК, г. Алматы,
пр. Абылай хана, 63, оф. 215,
тел.: +7 (727) 273 03 73,
+7 (747) 373 16 17 (whatsapp).
E-mail: pharmkaz@dari.kz;
www.pharmkaz.kz

Отпечатано в типографии

корпоративного фонда
«Каратальская первичная организация»
ОО «Казахское общество слепых».
РК, Алматинская область, Каратальский район,
г. Уштобе, проспект Абылай хана, 5.
Контактные телефоны: 8 (707) 431 48 41, 8 (707) 158 88 81.
E-mail: dalaprint@mail.ru.
Дата выхода: 30.03.2020 г.
Тираж: 600 экземпляров. Заказ №2.
Периодичность: 1 выход в месяц.

Территория распространения

Казахстан, Россия, Украина, Узбекистан,
Кыргызстан, Беларусь, Азербайджан, Латвия,
Литва, Пакистан, Турция

Журнал зарегистрирован Министерством
культуры, информации и общественного согласия
Республики Казахстан.
Свидетельство об учетной регистрации №3719-Ж
от 19.03.2003 г.

Контактные телефоны:

+7 (727) 273 03 73, +7 (747) 373 16 17.

Подписной индекс: 75888

Ответственность за рекламу несет рекламодатель.

Мнение редакции может не совпадать с мнением автора.

Журнал входит в Перечень изданий, рекомендуемых Комитетом по контролю в сфере образования и науки Министерства образования и науки Республики Казахстан для публикации результатов научной деятельности, индексируется в РИНЦ (на платформе научной электронной библиотеки eLibrary.ru).

В журнале используются фотоматериалы и изображения из открытых Интернет источников.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--------------------------------|---|
| ОФИЦИАЛЬНЫЙ ОТДЕЛ | 4 |
|--------------------------------|---|

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| СЕРИКБАЕВА Э.А., ДАТХАЕВ У.М., УМУРЗАХОВА Г.Ж., ЖАКИПБЕКОВ К.С., СЕРГЕЕВ В.Ю. Конкурентоспособность фармацевтических организаций как фактор для формирования региональных кластеров..... | 8 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|

ФАРМАКОГНОЗИЯ

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ХАЛМЕТОВА Ф.Ш., ОРЫНБАСАРОВА К.К., ӨМІРӘЛІ М.Ө., АЗИЗХОДЖАЕВА Д.Ш. Сауыр теңгежапырақ өсімдігінің құрамындағы флавоноидтарды анықтау..... | 13 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| АМИРЖАНОВА А.С., МУКАНОВА А.Б., ЖУНУСОВА М.А., АБДУЛЛАБЕКОВА Р.М., ДАТХАЕВ У.М. <i>Scabiosa ochroleuca</i> L. шөбін көмірқышқылды экстракциялау қалдығын кешенді өңдеу..... | 16 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ҚАРЖАУБАЕВА А.Д., ӨМІРӘЛІ М.Ө., ОРЫНБАСАРОВА К.К., АНАРБАЕВА А.А. Тікенді сарысою шөбінің полисахаридтер <i>Scabiosa ochroleuca</i> L. шөбін көмірқышқылды..... | 19 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ИБАДУЛЛАЕВА А.К., ҚОЖАНОВА Қ.Қ., БОШКАЕВА А.К., ЖЕТЕРОВА С.К., ИБАДУЛЛАЕВА Ғ.С., ТҰМАРБАЙ А.Т., САМИҒУЛЛИНА А.Қ., РАХИМОВ Қ.Д. Британ андызы (<i>Inula britannica</i> L.) дәрілік өсімдік шикізатының фармако-технологиялық параметрлерін анықтау..... | 22 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| АБДРАХМАНОВА Г.М., ИШМУРАТОВА М.Ю., ИВАСЕНКО С.А., ШАКАРИМОВА К.К., ЛОСЕВА И.В. Фармакогностический анализ сырья листьев селитрянки Шобера (<i>Nitraria Schoberi</i> L.), произрастающей в Карагандинской области..... | 25 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

ПОИСК. ИССЛЕДОВАНИЯ. ЭКСПЕРИМЕНТ

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ТАҢАТАР А.Ө., НУСКАБАЕВА Г.О., СКЕНДЕРОВА Ш.У. Түркістан аймағы тұрғындары арасындағы метаболикалық синдромның құрамдас бөліктерінің динамикасын талдау..... | 29 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

АНАЛИЗ. КОНЪЮНКТУРА. ПЕРСПЕКТИВЫ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| БОШАН А.К., САДЫКОВА А.Д., БАЙМАХАНОВА Г.С., ИБРАГИМОВА С.И. Созылмалы жұқпалы емес аурулардың аурушандық көрсеткіші мен қауіп-қатер факторы..... | 35 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| БИТИНА Д.Д., ШОПАБАЕВА А.Р. Фармакоэкономический анализ комплексного медикаментозного лечения инфекций мочевыводящей системы..... | 40 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

ИСТОРИЯ ФАРМАЦИИ

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| БОЛДЫШ С.К. Использование опыта казахстанского здравоохранения для успешного внедрения стандартов GPP..... | 43 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

ОБЩЕСТВЕННОЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| КАПАНОВА Г.Ж., ЖУМАБАЕВА Г.Б., БАКАШЕВА М.К., АБДУЛЛА В. Роль образовательных программ в системе антидопинговой пропаганды..... | 45 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

МРНТИ: 76.01.14

СЕРИКБАЕВА Э.А.¹, ДАТХАЕВ У.М.¹, УМУРЗАХОВА Г.Ж.¹, ЖАКИПБЕКОВ К.С.¹, СЕРГЕЕВ В.Ю.¹,
¹Казахский национальный медицинский университет имени С.Д. Асфендиярова, г. Алматы

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КАК ФАКТОР **ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Основной целью фармацевтического кластера является достижение конкретного экономического результата – производства конкурентоспособной продукции, что обуславливает повышение эффективности деятельности каждой отдельной организации и ускорение развития экономики в целом. Для аптек же конкуренция – это ценовая и ассортиментная политика, борьба за потребителя и за лучшее место расположения торговой точки.



АННОТАЦИЯ

Большое влияние на развитие фармацевтических рынков оказывают социальные, политические, экономические события, происходящие в обществе, спады и подъемы на внешнем и внутреннем лекарственном рынках, требующие гибкости со стороны государства и бизнеса в определении приоритетов для производства конкурентоспособной продукции и ее реализации.

Сегодня, в условиях начавшегося экономического кризиса, изучение конкурентной среды, основных факторов, определяющих стабильную и безубыточную работу фармацевтических организаций, как основы формирования отраслевых региональных кластеров, актуально и необходимо.

Ключевые слова: аптечные организации, индикаторы конкурентоспособности, региональные кластеры, экономическая привлекательность, производство, лекарственный рынок, фармация, городская агломерация, Алматы.

АКТУАЛЬНОСТЬ

Ядром любого фармацевтического кластера является комплекс, куда входят производственные предприятия, транспортные и торговые компании. В Алматин-

ской области, к примеру, дислоцированы наиболее крупные из них: АО «Нобел АФФ», ТОО «VIVA Pharm», ТОО «Фитолеум», ТОО «Kelun-Kazpharm» и некоторые другие. Известно, что определяющим фактором коммерческого успеха фармацевтического кластера является конкурентоспособность входящих в его состав организаций и предприятий, дающая возможность использовать рыночную ситуацию, сложившуюся в определенный промежуток времени, для получения максимальной прибыли. Необходимо отметить, что обращение лекарственных средств на рынке осуществляется на трех основных уровнях: производителей (непосредственно ЛС и МИ), дистрибьюторов (оптовая реализация) и аптек (розничные продажи). На каждом из этих уровней предприятия (особенно торговые) конкурируют между собой. [1,2]

Анализ литературных источников, соответствующих теме нашего исследования, свидетельствует о сложности оценивания конкурентоспособности торговых предприятий. Существующие методики направлены на выявление наиболее значимых показателей конкурентоспособности, которые не всегда (с учетом местных реалий) можно применить к такой специфической отрасли, как фармация. [3,4]

В связи с вышесказанным считаем, что разработка комплексной системы изучения рыночной ситуации, стремительно трансформирующейся в настоящее время, конкурентов и основных факторов конкурентоспособности, направленной на повышение качества лекарственного обеспечения, увеличение (либо сохранение прежнего, особенно в условиях кризиса) товарооборота и получение максимально возможной прибыли является одной из самых актуальных задач фармацевтической экономики и маркетинга.

ЦЕЛЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Определение индикаторов конкурентоспособности фармацевтических организаций на основе маркетинговых исследований для предотвращения сокращения участников розничного рынка.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Материалами для исследования были определены теоретические и практические исследования и результаты анализа конкурентоспособности фармацевтических предприятий, труды ученых и экономистов в области фармации, маркетинга и экономики.

В процессе исследования нами использованы маркетинговый, аналитический, графический, экономический, статистический и социологический методы.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Перед нами была поставлена цель: определение индикаторов конкурентоспособности предприятий из сегмента розничной торговли, как ядра фармацевтического кластера.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности неразрывно связано с оценкой по основным индикаторам. Одним из существенных факторов, влияющих на конкурентоспособность предприятия по реализации фармацевтической продукции, является выбор места для его строительства. При этом важно рассчитать экономический потенциал региона на основе показателей его состояния. Также объективно рассчитать конкурентные риски, уровень монополизации, состоящие сложившегося (в данном случае в городе Алматы) рынка на предмет востребованности еще одной торговой точки (дефицит или насыщенность).

Нами, для установления оптимального числа фармацевтических торговых организаций в г. Алматы, использована методика оценки экономической привлекательности конкретного населенного пункта. [5,6]

Оценку экономической привлекательности проводили в несколько этапов. Все городские аптеки и фарм-предприятия, в зависимости от места расположения, были сгруппированы по трем основным категориям: центральные, срединные и окраина.

В качестве критерия деления города по поясам использовалось географическое расположение торговых точек по отношению к центру Алматы.

Центральные городские участки весьма привлекательны для фармацевтических организаций, так как наиболее посещаемы в дневное время. Это объясняется тем, что в центре расположены торговые, деловые и административные центры, учебные заведения, места культурно-массового отдыха населения.

К срединному городскому поясу были отнесены участки, граничащие с центральными и расположенные в непосредственной близости от них. Остальные участки были отнесены к окраине города. Таким образом, нами все участки идентифицировались с учетом и других факторов их привлекательности.

В дальнейшем, применив метод балльной оценки, каждый был условно оценен от 1 до 3 баллов, то есть по числу участков дислокации для размещения.

Обеспеченность территориальных зон наличием транспортных путей и достаточного пассажиропотока, медучреждениями, ВУЗами и прочим оценивалась дополнительно, с добавлением 3 баллов. Наличие торговых точек и объектов социально-культурного назначения, обеспечивающих массовые людские потоки, отмечали двумя дополнительными баллами. Если через исследуемый участок проходит крупная улица с большим количеством торговых центров и (или) интенсивным автомобильным движением, то прибавляли один балл.

Затем суммировали баллы по перечисленным выше показателям (с учетом количества аптек на душу населения) для определения экономической привлекательности определенных нами городских зон, перспективных в плане розничной реализации лекарственной продукции (таблица 1).

Нами рассчитывались показатели экономической привлекательности участков в г. Алматы для открытия конкурентоспособных фармацевтических организаций. Экономически привлекательными по всем показателям стали участки под номерами 7-12 центральной городской зоны.

На следующем этапе определили факторы, влияющие на процессы повышения конкурентоспособности фармацевтических организаций. Был проведен социологический опрос, в котором приняли участие 50 руководителей секторальных торговых точек.

Вопросы анкеты позволили создать портрет современного руководителя аптечной организации. Большинство руководителей фармацевтических торговых организаций (86%) представлено людьми среднего и старшего возраста, то есть от 36 до 45 лет (50%) и от 46 до 55 лет (36%), имеющих высшее профильное образование и опыт конкурентной борьбы (100%).

Таким образом, с большой вероятностью можно отметить наличие у респондентов необходимых профессиональных знаний и навыков в области формирования конкурентных преимуществ в сфере обращения лекарственных средств.

Таблица 1 – Сводные данные, определяющие экономическую привлекательность условно выделенных зон в г. Алматы, в баллах

| Зоны и участки | | | | | |
|-----------------|--------|-----------------|--------|-----------------|--------|
| Окраинная | | Центральная | | Срединная | |
| Номера участков | Оценка | Номера участков | Оценка | Номера участков | Оценка |
| 1 | 3 | 7 | 6 | 13 | 4 |
| 2 | 3 | 8 | 7 | 14 | 4 |
| 3 | 3 | 9 | 9 | 15 | 4 |
| 4 | 3 | 10 | 10 | 16 | 4 |
| 5 | 3 | 11 | 8 | 17 | 4 |
| 6 | 3 | 12 | 7 | | |

Также выявлено, что 40% анализируемых нами городских аптек входят в состав сетевых структур. Респонденты указали, что количество обслуживаемых покупателей варьирует от 50 до 150 человек в день (39%), 26% аптек обслуживает менее 50 человек в день, 29% – более 100 и только 6% – более 150 человек в день. Как правило, это немногочисленные (с богатым ассортиментом ЛС) аптеки, находящиеся в центре города или около стационарных больничных учреждений.

Одними из существенных в формировании конкурентной политики являются факторы привлекательности конкретной аптеки для заинтересованности покупателей в ней. Информация о среднестатистическом клиенте аптеки позволяет скорректировать подходы к формированию имиджа, структуры и ассортимента соответственно уровня прибыльности предприятия. [7, 10]

В связи с вышесказанным нами проводился опрос посетителей нескольких аптек г. Алматы и выявление их предпочтений.

Также нами проводились (локально и выборочно) социологические исследования на основе предпочтений 200 посетителей различных аптек г. Алматы. Постоянными покупателями являлись женщины (более 70%). Отметим, что основная доля посетителей находится в возрастном диапазоне от 40 до 50 лет, средний возраст покупателей лекарств составляет 46 лет.

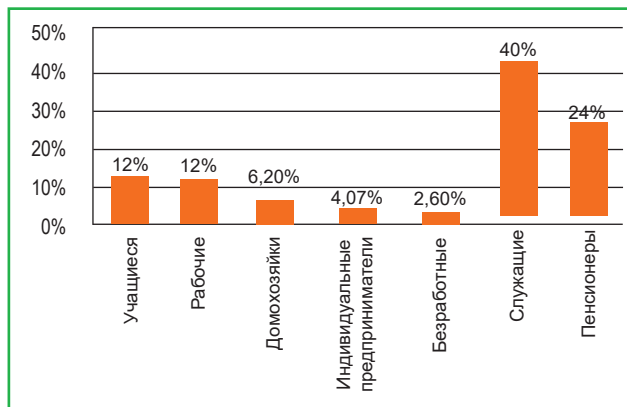


Рисунок 1 – Градация посетителей аптек по роду занятий

На выбор аптеки влияет и состав семьи. Преобладающим показателем численности состава семьи стало наличие в ней четырех-пяти человек.

Следует отметить, что более половины опрошенных респондентов имеют высшее образование, меньшая часть – среднее специальное, то есть это 80% потребителей лекарственной продукции, 20% респондентов имеют среднее образование.

Наибольший процент покупателей медикаментов (более 60%) приходится на служащих и пенсионеров, вторая по величине группа покупателей состоит из учащихся и представителей рабочих профессий (24%).

Остальные группы посетителей торговых точек по роду занятий представлены незначительно (рисунок 1).

Оценка предпочтений при выборе аптеки показала, что 52% респондентов, в основном, посещают одну и ту же торговую точку, из них 24% ни в какую другую не заходят. Оставшиеся 24% клиентов приобретают лекарства в разных аптеках. В среднем, покупатели отдадут предпочтение 3-4 аптекам.

67% опрошенных посетителей целенаправленно зашли в аптеку, случайно – 24%, что говорит о том, что доля случайных покупателей составляют третью часть клиентуры аптеки.

В целом, для покупателей основными значимыми характеристиками при выборе аптечного учреждения являются уровень цен на ЛС, БАДы, фитопрепараты, ассортимент лекарств и парафармацевтических товаров, место расположения, коммуникативные навыки провизоров, то есть вежливое либо равнодушное, либо грубое отношение к покупателям (рисунок 2). [8,9]

Как свидетельствуют данные диаграммы (рисунок 2), наиболее значимыми факторами, влияющими на выбор аптеки, являются доступные цены (21,5%), удобное место расположения (20%), широта ассортимента (19%) и квалифицированное обслуживание (18%). Остальные характеристики, по мнению респондентов, оказывают значительно меньшее влияние на выбор покупателей.

В таблице 2 приведены социальные индикаторы конкурентоспособности (ассортимент, инфраструктура, квалификация персонала, цены, скидки) аптек.

Используя выбранные нами индикаторы, можно определить уровень конкурентоспособности каждой фармацевтической организации в будущем.

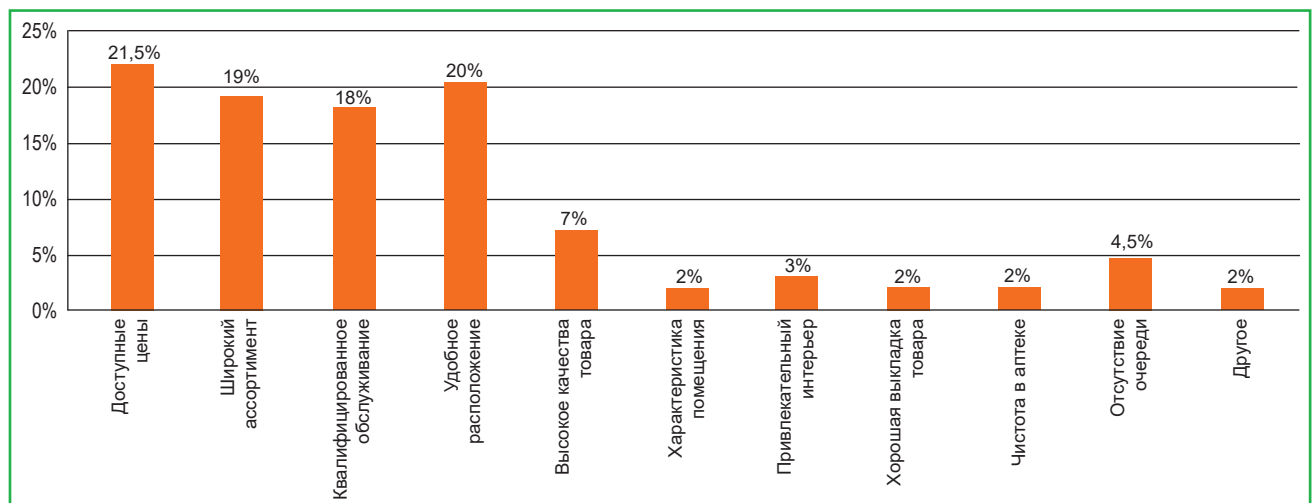


Рисунок 2 – Показатели, характеризующие образцовую аптеку

Таблица 2 – Социальные индикаторы, определяющие конкурентоспособность аптечной организации

| Факторы | Индикаторы | Характеристика |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Факторы удовлетворенности покупателей | Ассортимент | Определяет степень удовлетворенности ассортиментом лекарственных препаратов аптеки |
| | Ценовая политика | Характеризует уровень удовлетворенности уровнем цен на лекарственные препараты |
| | Место расположения | Определяет процент покупателей, удовлетворенных местом расположения торговой точки |
| | Качество обслуживания | Определяет степень удовлетворенности качеством обслуживания (соблюдение/ несоблюдение этических норм поведения персоналом) |
| | Уровень профессионализма персонала | Процент покупателей, удовлетворенных умением провизоров оказать консультативную помощь, предложить замену отсутствующих в ассортименте ЛС |
| | Режим работы | Определяет степень удовлетворенности режимом работы аптеки |
| | Интерьер торгового зала | Показывает процент покупателей, удовлетворенных интерьером торгового зала (расположением витрин и окон, освещением) |
| | Выкладка товара | Определяет степень удовлетворенности выкладкой товара (высота и освещение витрин, наличие стеллажей в торговой зоне) |
| | Конструкция здания | Процент покупателей, удовлетворенных конструкцией здания (удобный вход, наличие перил, пандусов) |
| Факторы удовлетворенности персонала работой в аптечной организации | Микроклимат в коллективе аптеки | Определяет процент удовлетворенности сотрудников взаимоотношениями с коллегами, руководителем |
| | Размер заработной платы | Процент провизоров, удовлетворенных уровнем оплаты труда, стимулирующими выплатами |
| | Режим труда | Показывает степень удовлетворенности режимом труда (продолжительность смены, наличие перерывов в работе) |
| | Организация рабочего места | Процент сотрудников, удовлетворенных организацией рабочего места (оснащение, автоматизация рабочего места) |

Таким образом, достижение конкурентных преимуществ на фармацевтическом рынке во многом определяется конкурентоспособностью организации, природой которой обусловлена наличием множества внутренних и внешних индикаторов. Чем весомее у организации набор конкурентных преимуществ, тем благоприятнее предпосылки для успешной ее деятельности на национальном и мировом рынках или в отдельных его сегментах, прежде всего, розничной торговли.

ВЫВОДЫ

На основании результатов нашего исследования можно утверждать, что руководители аптек и аптечных сетей могут существенно улучшить свою деятельность, а именно использовать возможность сохранить и/или увеличить объемы продаж.

Изучая обстоятельства и факторы, влияющие на выбор покупателей, можно определить сильные и слабые стороны собственной торговой точки и выработать стратегию для сохранения уже имеющихся конкурентных преимуществ.

Также нами определено, что руководителям аптек и аптечных сетей следует разработать целенаправленную политику повышения конкурентоспособности с набором маркетинговых мероприятий по усилению собственной позиции.

И так, итогом нашего исследования стало выявление основных социально-экономических индикаторов конкурентоспособности фармацевтических организаций, составляющих ядро фармацевтического кластера, применительно к Алматинской агломерации.

ТҮЙЫНДЕМЕ

**СЕРИКБАЕВА Э.А.¹, ДАТХАЕВ У.М.¹,
УМУРЗАХОВА Г.Ж.¹, ЖАКИПБЕКОВ К.С.¹,
СЕРГЕЕВ В.Ю.¹,**

¹С.Д. Асфендияров атындағы Қазақ ұлттық медициналық университеті, Алматы қ.

ФАРМАЦЕВТИКАЛЫҚ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІК АЙМАҚТЫҚ КЛАСТЕРЛЕРДІҢ ҚАЛЫПТАСУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

Фармацевтикалық нарықтың дамуына әлеуметтік, саяси, экономикалық факторлар, фармацевтикалық ұйымдар арасындағы өсіп келе жатқан бәсекелестік, қызметті түпкілікті нәтижеге бағыттау әсер етеді. Осыған байланысты, нарықтық жағдайды, бәсекелестерді және фармацевтикалық ұйымдардың бәсекеге қабілеттілігінің негізгі факторларын, өнеркәсіптік аймақтық кластерлерді қалыптастырудың негізі ретінде зерттеу өзекті болып табылады.

Түйін сөздер: дәріхана ұйымдары, бәсекеге қабілеттілік көрсеткіштері, аймақтық кластерлер, экономикалық тартымдылық.

SUMMARY

**SERIKBAYEVA E.A.¹, DATKHAYEV U.M.¹,
UMURZAKHOVA G.G.¹,
ZHAKIPBEKOV K.S.¹, SERGEEV V.YU.¹,**

¹Kazakh National Medical University named after S.D. Asfendiyarova, Almaty c.

PHARMACEUTICAL COMPETITIVENESS AS A FACTOR FOR THE FORMATION OF REGIONAL CLUSTERS

Social, political, economic factors, growing competition among pharmaceutical organizations, orientation of ac-

tivity towards the final result have a great influence on the development of pharmaceutical markets. In this regard, the study of the market situation, competitors and the main factors of competitiveness of pharmaceutical organizations, as the basis for the formation of industrial regional clusters, is relevant.

Keywords: pharmacy organizations, competitiveness indicators, regional clusters, economic attractiveness, pharmaceutical economics.

Литература:

1. Грикова Е.И., Курашов М.М. Маркетинговые коммуникации как фактор, повышающий конкурентоспособность аптечной организаций. – Ремедиум. – 2011. – №11. – С. 49-52.
2. Гурина Д.О. Факторы повышения конкурентоспособности современных фармацевтических организаций. – Современные научные исследования и инновации. – 2015. – №2. [Электронный ресурс]: <http://web/snauka.ru/issues/2015/02/47024>.
3. Сеницына М.Е. Повышение конкурентоспособности организаций методом внедрения мерчандайзинговых технологий. – Инвестрегион. – 2012. – №1. – С. 46-53.
4. Дремова Н.Б., Бумина Н.С. Исследования конкурентных преимуществ в аптечных организациях. – Человек и его здоровье. – 2014. – №1. – С. 110-112.
5. Дремова Н.Б. Формирование методического подхода к оценке конкурентоспособности. – Курский научно-практический вестник «Человек и его здоровье». – 2014. – №1. – С. 110-115.
6. Умаров С.З., Наркева К.И. Анализ интенсивности посетительского трафика. – Ремедиум. – 2018. – №1-2. – С. 60-63.
7. Булчаков Б.В., Булчаков В.Т., Акимов В.С. Использование больших данных в системе государственного управления: условия, возможности, перспективы. – Вестник Нижегородской академии МВД России. Юридическая наука и практика. – 2015. – №5 (31). – С. 10-14.
8. Молдакаримова М.Д. Корпоративная социальная ответственность бизнеса на фармацевтическом рынке Казахстана. – Фармация Казахстана. – 2019. – №6. – С. 30-33.
9. Жайкбаева У.Э., Аблаева Д., Шертаева К.Д., Утегенова Г.И. Создание алгоритма экспертной модели принятия стратегических решений в аптечной организации. – Фармация Казахстана. – 2019. – №6. – С. 34-38.
10. Bienayme A. Principes de concurrence. – Pref. de Babusiaux Ch. P. Economica: 2008, Vol. XII, 470 p.

НОВОСТИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ФАРМАЦИИ

«Хищные» фармпроизводители используют бреши в схеме FDA

Как говорится в новом докладе аналитиков из компании Vizient, механизм FDA, изначально предназначенный для препятствования несанкционированному использованию лекарственных средств, может стимулировать фармкомпании к массовому повышению цен на старые ЛС. Речь идет о системе уникальных идентификаторов изделия (UDI), предусматривающей необходимость того, чтобы производители запрашивали регуляторное одобрение при каждом новом показании или, в противном случае, выводили продукты с рынка.

Анализ 23 лекарств, прошедших через UDI, показывает, что после одобрения FDA производители получают прибыль со «значительным повышением цен». Согласно результатам, только четыре лекарства, прошедшие через UDI, повысились в цене на 525-1 644% и перегрузили систему здравоохранения в США дополнительными расходами в 2,66 млрд долларов. По оценкам авторов, в будущем эта цифра может увеличиться на 20 млрд долларов.

Эксперты Vizient признают, что система UDI задумывалась с благими намерениями: убедиться, что лекарственные средства, применяемые по неутвержденным показаниям, на самом деле безопасны и эффективны. Однако поведение некоторых фармпроизводителей не вписывается в эту схему.

«В зависимости от типа разрешения у производителей есть «период» эксклюзивности – от трех до семи лет. Если выдан патент, то производитель получает рыночную эксклюзивность на 20 лет», – поясняют эксперты.

Например, лекарственный препарат «Вазопрессин» продается с 1928 года, но сейчас запатентован Par Sterile Products до 2035 года после того, как в 2015 году получил одобрение FDA.

С тех пор оптовые затраты на его приобретение подскочили на 1 487%, и нагрузка на систему здравоохранения США выросла с 30,8 млн долларов в год до 510 млн долларов за прошлый, 2019 год. Что же касается трех других препаратов (неостигмин, метилсульфат, селен), то каждое вновь полученное одобрение FDA увеличивало расходы на здравоохранение в США на сотни миллионов долларов.

По материалам
Pharmaphorum