

ზარქუა თ., ჭუმბურიძე თ., დულაშვილი ნ., ნემსიწვერიძე ნ., გაფრინდაშვილი ს.
არასტეროიდული ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატის ნუროფენის
(იბუპროფენის) მარკეტინგული ანალიზი
თსსუ, სოციალური და კლინიკური ფარმაციის დეპარტამენტი

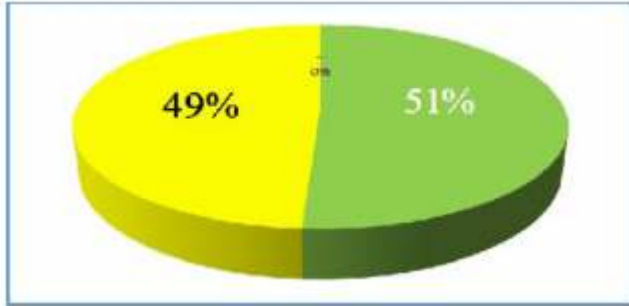
დღესდღეობით საქართველოში არსებულმა მძიმე სოციალურ-ეკონომიურმა პირობებმა გავლენა მოახდინა ფარმაცევტულ საქმიანობაზე. ანთებითი დაავადებებისა და სხვადასხვა გენეზის ტკივილების ძირითადი თერაპია უკავშირდება

არასტეროიდული, ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატების გამოყენებას. ისინი წარმოადგენენ ქიმიური თვალსაზრისით არაერთგვაროვანი წამლების ჯგუფს, რომლებსაც მსგავსი მოქმედების მექანიზმი აერთიანებს და განსხვავდებიან თერაპიული ეფექტის გამოვლენის ხარისხით, უსაფრთხოებითა და ფარმაკოლოგიური თვისებებით. არასტეროიდული ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატები ინიშნება სხვადასხვა ბუნებისა და ლოკალიზაციის ანთებითი პროცესების დროს – ტკივილი, ციება. ოფიციალური სტატისტიკის თანახმად, საქართველოში ანთებით დაავადებულთა რიცხვი საგრძნობლად გაიზარდა ბოლო 10 წლის მანძილზე. შესაბამისად იზრდება ფარმაცევტის როლი ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატების სწორად შერჩევასა და გამოყენებაში. ფარმაცევტმა სწორად უნდა მიაწოდოს პაციენტს ინფორმაცია, თუ რისთვის, როგორი დოზირებით და რა სიხშირით მიიღოს ავადმყოფმა ესა თუ ის პრეპარატი, რადგან ხშირია არასტეროიდული ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატების არასწორად მიღების შემთხვევები თვითმკურნალობის დროს (1,4,5).

ჩვენი კვლევის მიზანს წარმოადგენდა არასტეროიდული ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატ „ნუროფენის“ გამოყენების თავისებურებების შესწავლა და მარკეტინგული კვლევის ჩატარება. ამისათვის შევარჩიეთ ანკეტა-კითხვარი ფარმაცევტებისა და მომხმარებლებისათვის, რათა გაგვეგო: რამდენად ხშირად მიმართავენ პაციენტები ფარმაცევტებს არასტეროიდული ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატების შერჩევისას; რას ანიჭებენ უპირატესობას პრეპარატის შერჩევისას; რის საფუძველზე ხდება პრეპარატ „ნუროფენის“ რეალიზაცია, რამდენად ხშირად ბრუნდებიან პაციენტები დადებითი შედეგით; რომელი ანთებითი პროცესების დროს გამოიყენება უფრო ხშირად ნუროფენი; რამდენად ხშირად მიმართავენ პაციენტები თვითმკურნალობას; რას ანიჭებს პაციენტი უპირატესობას პრეპარატის შერჩევისას; იცნობენ თუ არა პრეპარატ ნუროფენს.

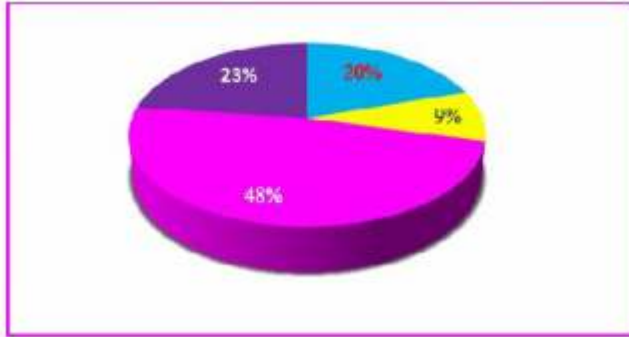
გამოკითხვის შედეგები ასახულია გრაფიკულად.

გრაფიკი №1 რამდენად ხშირად მიმართავენ პაციენტები ფარმაცევტებს არასტეროიდული ანთების საწინააღმდეგო პრეპარატების შერჩევას?



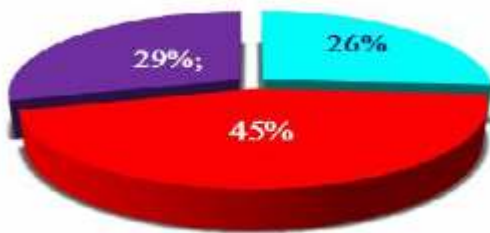
1. ხშირად, თვითმკურნალობის მიზნით - 51%
2. ხშირად, ექიმის დანიშნულებით - 49%

გრაფიკი №2 რას ანიჭებენ უპირატესობას პრეპარატის შერჩევას?



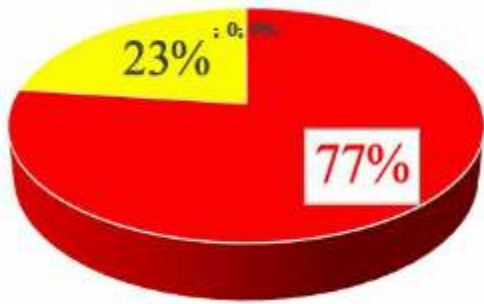
1. მწარმოებელი ქვეყანა - 20%
2. მიღების მოხერხებულობა - 9%
3. ხარისხი - 48%
4. ფასი - 23%

გრაფიკი №3 რის საფუძველზე ხდება პრეპარატ „ნუროფენის“ რეალიზაცია?



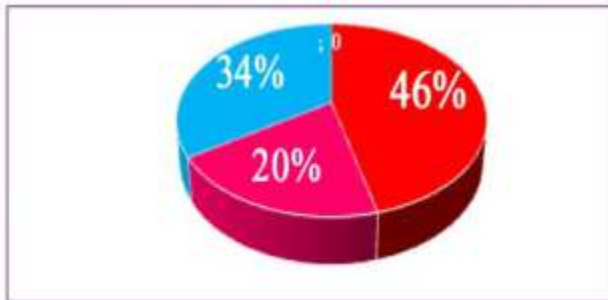
1. მომხმარებლის მოთხოვნით - 26%
2. ექიმის დანიშნულებით - 45%
3. ფარმაცევტის შეთავაზებით - 29%

გრაფიკი №4 რამდენად ხშირად ბრუნდებიან პაციენტები დადებითი შედეგით?



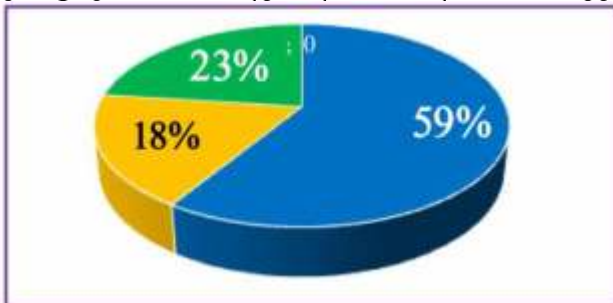
1. ბრუნდებიან უარყოფითი შედეგით - 23%
2. ბრუნდებიან დადებითი შედეგით - 77%

გრაფიკი №5 რომელი ანთებითი პროცესების დროს გამოიყენება უფრო ხშირად პრეპარატი ნუროფენი?



1. სიცხის დამწვევი - 46%
 2. ანთების საწინააღმდეგო - 20%
 3. ტკივილგამაყუჩებელი - 34%
- 46% შერჩეულ იქნა ასევე ანკეტა-კითხვარი პაციენტებისათვის (მომხმარებლებისათვის), რათა გაგვეგო:

გრაფიკი №6 რამდენად ხშირად მიმართავენ თვითმკურნალობას? 1 8%



1. ხშირად - 59%
2. ხანდახან - 18%
3. იშვითად - 23%

გრაფიკი №7 რას ანიჭებს უპირატესობას პრეპარატის შერჩევას?



1. ფასი - 28%
2. მწარმოებელი ქვეყანა - 22%
3. მიღების მოხერხებულობა - 5%
4. ხარისხი - 45%

გრაფიკი №8 იცნობენ თუ არა პრეპარატ ნუროფენს?



1. საერთოდ არ სმენიათ - 3%
 2. მხოლოდ სახელის დონეზე - 16%
 3. საფუძვლიანად იცნობენ - 81%
- გამოკითხვის შედეგების მიხედვით შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ მოსახლეობა პრეპარატ „ნუროფენს“ იცნობს საფუძვლიანად და საკმაოდ ფართოდ იყენებს, როგორც ექიმის დანიშნულებით – 45%, ასევე ფარმაცევტის რჩევით - 29%, მიმართავს თვითმკურნალობას - 59%. შერჩევის დროს ფარმაცევტთა 48% და მოსახლეობის 45% უპირატესობას ანიჭებს ხარისხს, ფასს ანიჭებს უპირატესობას მომხმარებლების - 28% და ფარმაცევტთა 23%, მწარმოებელი ქვეყნის მიხედვით არჩევს ფარმაცევტთა 20% და მომხმარებლების – 22%, მიღების მოხერხებულობა საინტერესო აღმოჩნდა პაციენტების 5%-თვის. შედეგებიდან ჩანს, რომ როგორც ფარმაცევტი, ასევე მომხმარებელი პირველ რიგში აყენებს ხარისხს, ამიტომ სახელმწიფო ორგანოების მიერ მკაცრად უნდა კონტროლდებოდეს როგორც ადგილობრივი, ასევე უცხოური წარმოების მედიკამენტების ხარისხი,

ლიტერატურა:

1. ვ. ერიაშვილი, თ. ზარქუა „ფარმაცევტული მარკეტინგის საფუძვლები“, თბილისი 2009 წ.
2. Psonline.ge
3. <http://www.medgeo.net/2009/05/22/nonsteroid/>

4. ვ. ერიაშვილი “სოციალური ფარმაცია” 2001წ.

5. ვ. ერიაშვილი, ნ.დუღაშვილი „ფარმაცევტული ბიზნესის საფუძვლები” - 2006 წ.

**Zarkua T., Eriashvili V., Tchumburidze T., Dugashvili N., Nemsitsveridze N., Gaprindashvili S.
MARKETING ANALYSIS OF NONSTEROIDAL ANTI-INFLAMMATORY DRUG
NUROFEN(IBUPROFEN)
TSMU, DEPARTMENT OF SOCIALAND CLINICAL PHARMACY**

Pharmaceutical activities in Georgia were influenced by difficult socio-economic conditions. Primary therapy of pain associated inflammatory diseases of various origins by nonsteroidal, anti-inflammatory drugs was the object of our research. The aim of our study was to investigate marketing features of usage of the non-steroidal anti-inflammatory drug “nurofen”. The results of the research show that both the pharmacists, as well as users first of all are focused on the quality of medicine, therefore both local and foreign-made drug quality should be strictly controlled by the authorities