

თეა ზარკუა, მაია ბერიძე, ირინე კეკელიძე
ანტიჰისტამინების მარკეტინგული კვლევა

თსუ სოციალური და კლინიკური ფარმაციის დეპარტამენტი

Doi: <https://doi.org/10.52340/jecm.2023.06.11>

TEA ZARKUA, MAIA BERIDZE, IRINE KEKELIDZE
MARKETING RESEARCH OF ANTIHISTAMINE DRUGS
TSMU Department of Social and Clinical Pharmacy

SUMMARY

The number of anti-allergy drugs registered in Georgia is increasing day by day. Accordingly, consumer interest in them is increasing. The pharmacist's role in the correct selection and use of anti-allergy drugs is also increasing. The purpose of the research was the marketing research of the antihistamine drugs.

When purchasing the drug, the majority of the population resort to self-medication. Therefore, it is necessary to provide the population with more comprehensive information about over-the-counter medicines and to properly manage their advertising company. 100% of respondents believe that the regulatory bodies of the Ministry of Health Protection should control the quality, effectiveness and safety of medicines entering the market.

Keywords: Antihistamine, marketing research, Georgia

საქართველოში, ისევე როგორც მთელ მსოფლიოში, დღითიდღე უფრო მეტი ადამიანი მოიხმარს ალერგიის საწინააღმდეგო პრეპარატებს, რომელთა შორის ანტიჰისტამინურ პრეპარატებს განსაკუთრებული ადგილი უკავიათ, ალერგიის სამკურნალო მრავალრიცხოვან საშუალებათა შორის. მიუხედავად იმისა, რომ ყველაზე თვალშისაცემი ალერგიის საწინააღმდეგო ეფექტი კორტიკოსტეროიდებს ახასიათებთ, პოპულარობით ლიდერობას მაინც ანტიჰისტამინური საშუალებები ინარჩუნებენ.

ანტიჰისტამინური საშუალებები (ტავეგილი, დიმედროლი, სუპრასტინი, ერიუსი, ალერტეკი, ლორანექსი და სხვ.) ძირითადად გამოიყენება ალერგიული რინიტის, კონიუნქტივიტისა და ქავილით გამოწვეული კანის ალერგიების დროს. ისინი ამცირებენ ქავილსა და ლორწოვანი გარსების ალერგიით გამოწვეულ შეშუპებას. იხმარება ტაბლეტების, საინექციო ხსნარებისა და თვალის წვეთების სახით. ეს პრეპარატები იმდენად უსაფრთხო და ადვილად გამოსაყენებელია, რომ დღეს ისინი ალერგიის სამკურნალო საუკეთესო სიმპტომურ საშუალებებად ითვლება [3]. ანტიჰისტამინური პრეპარატები ბლოკავენ ჰისტამინის რეცეპტორებს და ამით თავიდან გვაცვილებენ ჰისტამინის ზემოქმედების შედეგად აღმოცენებულ ალერგიულ სიმპტომებს [1]. ადამიანთა უმრავლესობა ანტიჰისტამინურ პრეპარატებს ლეზულობს თვითმკურნალობის მიზნით [2].

მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციამ მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა თვითმკურნალობის კონცეფციის შემუშავებაში, კერძოდ, ურეცეპტოდ გასაცემი სამკურნალო საშუალებების გამოყენების პრაქტიკის ფართოდ დანერგვაში ევროპის ქვეყნებში, სადაც ხაზგასმულია პაციენტის მიერ დახარჯული დროის (დრო, რომელიც საჭიროა ექიმთან ვიზიტისას) ეკონომია და გამოყვანილების გაზიარება ოჯახის სხვა წევრებისთვის.

საქართველოში რეგისტრირებული ალერგიის საწინააღმდეგო პრეპარატების რიცხვი დღითიდღე მატულობს. შესაბამისად, იზრდება მომხმარებელთა ინტერესი მათ მიმართ. ასევე იზრდება ფარმაცევტის როლი ალერგიის საწინააღმდეგო პრეპარატების სწორად შერჩევასა და გამოყენების შესახებ. მან სწორად უნდა მიაწოდოს პაციენტს ინფორმაცია, თუ რისთვის, როგორი დოზირებითა და რა სიხშირით მიიღოს ესა თუ ის პრეპარატი, რადგან ხშირია ალერგიის საწინააღმდეგო პრეპარატების არასწორად მიღების შემთხვევები თვითმკურნალობის დროს. ამიტომ ანტიჰისტამინური პრეპარატების შესწავლა მეტად აქტუალური საკითხია.

კვლევის მიზანს წარმოადგენდა ანტიჰისტამინური პრეპარატების მარკეტინგული კვლევა. მიზნიდან გამომდინარე, საჭიროა განისაზღვროს მომხმარებლის მოთხოვნები ალერგიის საწინააღმდეგო პრეპარატების შერჩევისას.

მარკეტინგული კვლევისათვის ინფორმაციის მისაღებად არჩეულ იქნა ანკეტური გამოკითხვის მეთოდი, კერძოდ, ორი ტიპის ანკეტა-კითხვარი.

ერთი - ფარმაცევტებისათვის, რათა გაგვევო:

- რამდენად ხშირად მიმართავენ მომხმარებლები ფარმაცევტებს ალერგიის საწინააღმდეგო პრეპარატების შერჩევისათვის;
- რას ანიჭებენ უპირატესობას პრეპარატის შერჩევისას (ხარისხი, მწარმოებელი ქვეყანა, მიღების მოხერხებულობა, ფასი);
- რამდენად ენდობიან ფარმაცევტის რჩევას

მეორე - ანკეტა-კითხვარები მომხმარებლებისათვის, რათა გაგვევო:

- რამდენად ხშირად მიმართავენ თვითმკურნალობას;
- ჯანმრთელობის დაცვის სამინისტროს მარეგულირებელმა ორგანოებმა უნდა აკონტროლონ თუ არა ბაზარზე შემოსული მედიკამენტების ხარისხი, ეფექტურობა და უსაფრთხოება.

კვლევის შედეგები:

- პრეპარატის შეძენისას მოსახლეობის მხოლოდ 42% მიმართავს ექიმს, დანარჩენი - ეწევა თვითმკურნალობას. ამიტომ საჭიროა მოსახლეობას უფრო ამომწურავი ინფორმაცია მიეწოდოს ურეცეპტოდ გასაცემ სამკურნალო საშუალებებზე და სწორად წარიმართოს მათი სარეკლამო კამპანია.
- პრეპარატის შერჩევისას მოსახლეობის 69% უპირატესობას ანიჭებს მედიკამენტის ხარისხს, 25% - ფასს, ხოლო მიღების მოხერხებულობას - 6%.
- პრეპარატის შეძენისას გამოკითხულთა 48% ენდობა ფარმაცევტს, 37% - ითვალისწინებს მის რჩევას, ხოლო 15% - საერთოდ არ ენდობა. გამომდინარე იქედან, რომ ფარმაცევტის მიმართ ნდობის მაჩვენებელი საკმაოდ მაღალია, მათ ავალდებულებთ მუდმივად გაიღრმავონ ცოდნა და კვალიფიციური ინფორმაცია მიანოდონ მომხმარებლებს კონკრეტული პრეპარატის შესახებ.
- მომხმარებელთა 49% მიმართავს ხშირად თვითმკურნალობას, 30% - მიმართავს იშვიათად, ხოლო 21% - საერთოდ არ მიმართავს.
- გამოკითხულთა 100% თვლის, რომ ჯანმრთელობის დაცვის სამინისტროს მარეგულირებელმა ორგანოებმა უნდა აკონტროლონ ბაზარზე შემოსული მედიკამენტების ხარისხი, ეფექტურობა და უსაფრთხოება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. დ.ა. ხარკვეიჩი „ფარმაცოლოგია“ 2008წ.
2. ვ.ერიშვილი „სოციალური ფარმაცია“. 2001წ.
3. <http://www.medportal.de/aqtualuritema/alergia/alergia.html>.

თეა შარტუა, მაია ბერიძე, ირინე კეკელიძე

ანტიჰისტამინების მარკეტინგული კვლევა

თსუ სოციალური და კლინიკური ფარმაციის დეპარტამენტი

რეზიუმე

საქართველოში რეგისტრირებული ალერგიის საწინააღმდეგო პრეპარატების რიცხვი დღითიდღე მატულობს. შესაბამისად, იზრდება მომხმარებელთა ინტერესი მათ მიმართ. ასევე იზრდება ფარმაცევტის როლი ალერგიის საწინააღმდეგო პრეპარატების სწორად შერჩევისა და გამოყენების შესახებ. კვლევის მიზანს წარმოადგენდა ანტიჰისტამინური პრეპარატების მარკეტინგული კვლევა.

პრეპარატის შეძენისას მოსახლეობის უმრავლესობა მიმართავს თვითმკურნალობას. ამიტომ საჭიროა მოსახლეობას უფრო ამომწურავი ინფორმაცია მიეწოდოს ურეცეპტოდ გასაცემ სამკურნალო საშუალებებზე და სწორად წარიმართოს მათი სარეკლამო კამპანია. ფარმაცევტის მიმართ ნდობის მაჩვენებელი საკმაოდ მაღალია, რაც მათ ავალდებულებთ მუდმივად გაიღრმავონ ცოდნა და კვალიფიციური ინფორმაცია მიანოდონ მომხმარებლებს კონკრეტული პრეპარატის შესახებ.