**План**

Введение

. Гомеопатия - новое, хорошо забытое старое

. Анализ рынка гомеопатических препаратов по литературным данным

. Практическая часть. Изучение потребительского поведения на рынке гомеопатических средств

Заключение

Литература

**Введение**

Современный фармацевтический рынок России характеризуется неуклонным ростом товарной номенклатуры. В течение последнего десятилетия произошло значительное расширение, пополнение и углубление ассортимента всех основных групп медицинских и фармацевтических товаров. Эта тенденция выявлена и для такой особой группы, как гомеопатические препараты. Увеличение товарной номенклатуры в большой степени связано с регистрацией на фармацевтическом рынке России большого количества все новых и новых препаратов с различными комбинациями действующих веществ. Это существенно увеличило возможность выбора необходимых ЛП с учетом современных гомеопатических подходов к терапии различных патологических состояний, индивидуальных особенностей течения болезней, потребительских предпочтений конечных потребителей.

Для фармацевтических работников, организующих лекарственное обеспечение населения и медицинских организаций, актуальной проблемой является формирование рациональной ассортиментной политики, способствующей как удовлетворению потребностей потребителей, так и укреплению рыночных позиций фармацевтической организации. Гомеопатия в настоящее время становится все более популярной, как медицинское течение. Поэтому, чтобы вести успешный аптечный бизнес, необходимо постоянно идти в ногу со временем, опираясь на пожелания и предпочтения клиентов.

Целью написания данной курсовой является анализ гомеопатического рынка РФ, а также выявление особенностей в работе аптек занимающихся реализацией гомеопатических ЛП. Для достижения поставленных целей были проанализированы экспертные данные, отражающие современное состояние рынка гомеопатических ЛП в России, описана деятельность аптеки по продвижению гомеопатической продукции, а также проведено анкетирование потребителей (покупателей в аптеке) на предмет использования гомеопатических препаратов в лечении и мотивации при выборе конкретного препарата.

Актуальность работы заключается в том, что на современном этапе развития медицины все большее внимание уделяется гомеопатии как одному из старейших течений в медицине, не раз доказывавших свою действенность и возможности в терапии некоторых заболеваний, которыми не может похвастаться современный метод лечения.

**1. Гомеопатия - новое, хорошо забытое старое**

Достаточно быстро российский фармацевтический рынок наполняется гомеопатическими препаратами как отечественного, так и зарубежного производства. В аптечной сети большинство этих препаратов можно приобрести без рецепта, что делает их более доступными и дает возможность более широко применять гомеопатические средства для лечения наиболее частой патологии. При этом логично возникает вопрос о преимуществе гомеопатических препаратов перед хорошо известными, широко рекламируемыми фармакологическими средствами.

Гомеопатические лекарства невозможно рассматривать в отрыве от той терапевтической системы, в которой они были созданы. Гомеопатия (от гр. homoios - подобный и pathos - болезнь, страдание), является одной из популярных форм альтернативной медицины. Создание системы лечение подобного подобным принадлежит гению одного из выдающихся врачей конца 18, начала 19 века С. Ганемана. [1]

Христиан Фридрих Самуил Ганеман (1755-1843) был выдающейся личностью своего времени. Родился он в немецком городе Мейсене в семье потомственных художников по фарфору. С юных лет Ганемана отличала неудержимая тяга к знаниям. Трудолюбие и эрудиция его были замечены учителями, что позволило пройти школьное обучение без оплаты. К окончанию школы он обладал превосходным знанием, как древних, так и всех европейских языков, что в последствии дало возможность доктору Ганеману переводить труды иностранных авторов по химии и медицине.[7]

Существовавшая в то время система лечения, основанная на применении большого количества лекарственных веществ с недостаточно изученным действием, истощение жизненных сил пациента частыми кровопусканиями, слабительными клистирами вызывали у Ганемана справедливую критику. Осознавая кризис современной ему медицины, Ганеман после 8-ми летней практики оставил медицинскую деятельность, и занялся только химией и литературными переводами. Усердное изучение в течение 6-ти лет древней и новой литературы, эксперименты с почти 300 лекарственными веществами, привели к опубликованию в1796 году в научном журнале замечательной статьи, под заглавием Опыт нового принципа для отыскания целительных сил лекарственных веществ. В ней С. Ганеман провозгласил фундаментальный принцип гомеопатии: Лекарства в минимальных дозах излечивают все те симптомы или заболевания, которые могут быть вызваны у здорового человека при приеме тех же веществ, но в больших дозах.[3]

В 1810 году был издан знаменитый труд Ганемана Органон врачебного искусства, ставший поистине, библией гомеопатии. Эта книга, переведена на многие языки и переиздавалась более 100 раз. На русский язык Органон переводился в 1835 и 1884 гг., а в наше время в 1992 г.

Основными принципами гомеопатии как альтернативной системы лечения являются:

лечение веществами, которые вызывают симптомы, сходные с симптомами данного пациента (в отличие от традиционного лечения - аллопатии, когда действие лекарства противоположно симптомам);

нематериальные, высокие разведения гомеопатических препаратов, противоречащие общепринятым терапевтическим дозам;

изучение действия лекарственных веществ на здоровых людях, позволяющее в процессе испытания фиксировать всю совокупность симптомов, возникающих в процессе испытания - патогенез лекарственного вещества.

Гомеопатические препараты в качестве исходного материала содержат вещества растительного, животного и минерального происхождения, приготовленные особым образом, что полностью устраняет нежелательные побочные реакции. И хотя большинство гомеопатических препаратов являются средствами растительного происхождения, отождествлять гомеопатию с фитотерапией нельзя.[5]

В последние 20 лет появляется все больше фактов, позволяющих говорить о гомеопатии, как о ключе к новому пониманию человека и его взаимодействия с окружающей средой. Ведущие профессиональные медицинские журналы регулярно публикуют статьи, что гомеопатия стала той лечебной системой, существование которой не может игнорироваться, а сочетание современных медицинских технологий с гомеопатией, без сомнения, принесёт большую пользу пациентам.[12]

Согласно современным данным действие гомеопатических лекарственных средств имеет информационную основу, базирующуюся на эффектах квазикристалических структур воды, взаимодействующих с главным комплексом гистосовместимости, осуществляющим контроль внеклеточной и внутриклеточной воды. В результате запускается целый каскад реакций, которые приводят к саморегулированию функций, как отдельных органов и систем, так и целостного организма. В связи с этим особое значение имеет постановка гомеопатического диагноза, который в отличие от классической диагностики, является диагнозом не болезни, а больного во всей взаимосвязи его психических и физиологических проявлений. Гомеопатический диагноз - это, в первую очередь, подбор преимущественно одного гомеопатического лекарства, в патогенезе которого содержится большинство психических, вегетативных и соматических симптомов выявляемых при обследовании пациента. При таком подходе патогенез гомеопатического лекарства является своеобразной моделью нарушений на всех уровнях функционирования организма пациента.

Традиционно существует два пути постановки гомеопатического диагноза. Первый - короткий, предполагает наличие у врача развитого образного мышления, большого клинического опыта. Это позволяет установить диагноз пациента с порога. Выглядит эффектно, но доступно не многим и часто граничит с ошибкой, которая так нежелательна. Второй путь является более длительным, т.к. средство определяется при помощи справочника симптомов - реперториума. Наиболее известным из таких справочников является реперториум Дж. Т. Кента, который представляет собой иерархическую классификацию симптомов (хотя эта классификация и принесена в жертву алфавитной системе).[11]

В идеале гомеопатическое лечение - процесс очень индивидуальный и требующий консультации с врачом-гомеопатом. В этом случае будет проведена глубокая индивидуализация назначений, учитывающая особенности личности пациента, его реактивность, влияние факторов окружающей среды от условий быта до космических (биоритмологических) влияний.

Дозировки гомеопатических средств идентичны, как для монопрепаратов (состоящих из одного вещества) так и комплексных лекарств. Гомеопатические дозировки отличаются от привычных фармакологических и отражает особую систему приготовления лекарственного препарата - динамизацию, включающую в себя этапы последовательного разведения единицы действующего вещества растворителем, с процессом интенсивного встряхивания после каждого растворения. Во сколько раз разбавлено действующее вещество, обычно указано на упаковке гомеопатического средства.[4]

Причем особенности действия препарата в немалой степени зависит от степени динамизации (разведения) препарата. В практике гомеопатические разведения разделяют на низкие - от первого десятичного до третьего сотенного, средние - 6 и 12 сотенные, высокие - от 30 до 200 сотенного, сверхвысокие разведения - от 500 сотенного и выше.

Несмотря на то, что в настоящее время нет четко сформулированного механизма действия, охватывающего столь широкий диапазон концентраций, традиционно считается, что каждый спектр потенций имеет свою точку приложения в организме человека.[6]

Существует некоторое количество рекомендаций по подбору лекарственных веществ, но их необходимо учитывать врачу-гомеопату. В случае же назначения гомеопатических препаратов врач и пациент вынуждены доверять опыту фирмы-производителя и выбирать из имеющихся препаратов наиболее подходящий для пациента с учетом показаний для назначения препарата и характеристик, входящих в их состав веществ.[2]

Гомеопатические препараты представленные в настоящее время на фармацевтическом рынке, вне зависимости от места производства, проходят обязательную государственную регистрацию с выдачей номерного регистрационного удостоверения.

В настоящее время на российском рынке можно встретить гомеопатические препараты производства следующих зарубежных и отечественных фирм.

Биологише Хайльмиттель Хеель ГмбХ (Biologishe Heimittel Heel GmbH), Германия. Является несомненным лидером среди производителей гомеопатических средств. Фирма Хеель выпускает целый спектр сложных по составу, но хорошо зарекомендовавших себя в клинической практике препаратов. Маркетинговая политика фирмы отличается тем, что в основном для продвижения препаратов проводятся научно-практические семинары для врачей по использованию комплексных биологических препаратов фирмы.

Международный Фармацевтический концерн ВЕЛЕДАобъединяет около 25 филиалов по всему миру. Являясь авторитетнейшим производителем гомеопатических лекарственных средств, медикаментов и препаратов лечебной косметики из природных субстанций, фирма опирается на теоретические разработки доктора Р. Штейнера - антропософию. Российский филиал концерна Веледа помимо продажи импортной продукции Веледа занимается производством комплексных гомеопатических средств. В целом препараты доступны по цене. В России зарегистрировано около 20 препаратов.

Фирма Боб Уолш Энтерпрайзис, Инк. (Bob Walsh Enterprises, Inc ), США зарегистрировала в России довольно скромный набор из 11 гомеопатических препаратов. Препараты носят говорящие названия по видам патологии, для которой предназначены. В аптечной сети встречаются редко.

Фирма Лаборатории Буарон (Laboratories Boiron) <http://www.pharmindex.ru/practic/www.boiron.com>, Франция представлена 10 препаратами.

Немецкий гомеопатический союз (DHU), Германия относится к ведущим гомеопатическим предприятиям. У истоков фирмы стоял Вильмар Швабе, автор первой гомеопатической фармакопеи. Главной особенностью препаратов фирмы является их изготовление по оригинальным рецептам Самуила Ганемана. Препаратов этой фирмы в России зарегистрировано всего 6. В специализированных гомеопатических аптеках представлены практически все.

Производственная фирма Материя Медика, Россия представлена 26 препаратами с говорящими названиями. Все препараты состоят из трех компонентов, относящихся к полихреста - веществам, перекрывающим большинство симптомов при данной патологии. В аптечной сети встречаются широко. По цене очень доступны.

Фирма Рихард Биттнер ГмбХ (Richard Bittner GmbH), Австрия стала известна в России благодаря широко рекламируемому Бальзаму Биттнера. В стране зарегистрированы 8 комплексных препаратов. В ряде медицинских изданий приводятся данные о клинической эффективности препаратов. В аптечной сети, благодаря телерекламе, представлены широко.[8]

Фирма Международный концерн ЭДАС, Россия представлена большим количеством препаратов, имеющих одно с фирмой название и свой номер. В аптечной сети представлены широко

ООО Гомеопатическая фармация, Россия объединяет гомеопатические аптеки Санкт-Петербурга и выпускает большое количество комплексных и монопрепаратов, продающихся без рецепта. Комплексные препараты этой фирмы составлены на основе часто используемых прописей известных петербургских гомеопатов и имеют длительную историю применения. Препараты широко представлены в аптечной сети.

За последнее время значительно увеличивается ассортимент фирм Талион-А, Россия, имеющей на своем счету 14 препаратов, Материа медика, Россия, (26 перпаратов). Также на рынке активно занимают место комплексные препараты, недавно появившихся фирм, таких как Алкой, Россия (26 препаратов по основным видам патологии), Доктор Н, Россия, (107 препаратов), ООО Гомеофарма, Россия (36 препаратов).[10]

Поскольку использование гомеопатических препаратов ориентировано на самостоятельный прием пациентов, целесообразно провести сравнение представленных в продаже средств. Главным критерием для сравнения препаратов является их состав. Исходя из того, что гомеопатическая терапия основывается на совокупности симптомов, выявленных в лекарственном патогенезе препарата, то для рассмотрения препаратов следует учитывать не столько диагнозы заболеваний, сколько области применения препаратов и особенности симптоматической картины, той или иной патологии.[9]

**2. Анализ рынка гомеопатических препаратов по литературным данным**

На настоящий момент рынок гомеопатических лекарственных препаратов (ЛП) в России является активно растущим. Динамичный рост объемов потребления гомеопатических ЛП эксперты связывают со стремлением населения к безопасным методам лечения. Результаты современных клинических исследований доказывают высокую эффективность и безопасность гомеопатических препаратов, это обуславливает повышенный интерес к данным препаратам со стороны врачей.

Согласно данным исследовательской компании IMS Health, доля продаж гомеопатических средств в общей структуре коммерческой розницы по итогам 2011 г. достигла 3,1% в денежном выражении и 1,4% в натуральном выражении (рис. 1).



Рисунок 1 - Структура аптечных продаж препаратов для самолечения и поддержания здоровья в России по итогам 2011 г.

В период с 2009 г. по 2011 г. общий коммерческий рынок гомеопатических средств вырос почти вдвое - с 4,75 млрд. руб. в 2009 г. до 8,46 млрд. руб. по итогам 2011 г. в оптовых ценах. Среднегодовой показатель прироста объемов реализации составил 34%. Высокие темпы роста объемов реализации наблюдаются и в упаковках: c 41,5 млн. уп. в 2009 г. до 58,3 млн. уп. в 2011 г. (средний показатель темпов роста - 18,6%). Важно отметить, что среди средств безрецептурного отпускагомеопатический рынок в России опережает по темпам роста рынок ОТС-препаратов и БАД. Для сравнения можно привести результаты проведенного анализа за период 2010-2011 гг.: аптечный ОТС-рынок (+19,3% в рублях, - 5,5% в упаковках) и рынок БАД (+2% в рублях и -2% в упаковках).

Таблица 1 - Основные характеристики гомеопатического рынка России, 2011 г.

|  |  |
| --- | --- |
| Объем продаж, млрд. руб. | 8,46 |
| Потребление на душу населения, руб. | 59,6 |
| Средняя розничная цена 1 упаковки ГЛС, руб. | 192,3 |
| Розничная торговая наценка, % | 33,4 |
| Количество торговых наименований | 658 |

Российский гомеопатический рынок отличается обилием представленных лекарственных форм (рис. 2). По итогам 2011 г. значительную долю в структуре потребления занимают твердые и жидкие пероральные формы (гранулы для рассасывания, таблетки, капсулы, драже, сиропы и капли). Во многом благодаря увеличению продаж гранул и таблеток объемы реализации пероральных форм растут опережающими темпами роста как в деньгах (+29,2% в рублевом эквиваленте), так и в упаковках (+14,%). Парентеральные лекарственные формы аккумулируют порядка 4,3% рынка, тогда как формы для наружного применения (мази, крема, масла, гели и оподельдоки) занимают менее 3% рынка.



Рисунок 2 - Структура российского гомеопатического рынка по лекарственным формам

В отличие от лекарственного рынка, сегмент гомеопатических средств еще более заметно поделен между фирмами (первые 10 препаратов занимают 98,9% рынка).

Бессменным лидеров рынка на протяжении последних трех лет является российский холдинг «Материа Медика» с долей рынка 37,75% по итогам 2011 г. (табл. 2).

Стремительный скачок в развитии и наращивании объемов реализации по итогам данного периода продемонстрировала компания Boiron Lab. (доля Boiron Lab. выросла с 14,2% в 2009 г. до 30,46% в 2011 г.). На сегодняшний день эта компания является основным конкурентом крупнейшего отечественного производителя «Материа Медика» и занимает вторую строчку рейтинга.

На фоне динамично растущей компании Boiron Lab. другие участники приведенного перечня являются менее выразительными.

Практически все компании в составе «десятки» потеряли в доле рынка.

Единственным новым участником списка стала российская компания «Московская Фармфабрика» ОАО, продажи которой выросли в 1,8 раза.

Таблица 2 - Рейтинг ведущих компаний-производителей по объему продаж гомеопатических препаратов

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рейтинг по объему реализации | | | Компания-призводитель | Доля в общем объеме продаж гомеопатии | | |
| 2011 г. | 2010 г. | 2009 г. |  | 2011 г. | 2010 г. | 2009 г. |
| 1 | 1 | 1 | «Материа Медика» | 37,75% | 37,93% | 40,63% |
| 2 | 2 | 3 | Boiron Lab. | 30,46% | 24,08% | 14,19% |
| 3 | 3 | 2 | Richard Bittner GmbH | 11,62% | 13,44% | 18,60% |
| 4 | 4 | 4 | Biologische Heilmittel Heel GmbH | 11,03% | 13,00% | 13,46% |
| 5 | 5 | 5 | Bionorica AG | 4,14% | 4,90% | 5,90% |
| 6 | 6 | 6 | «Немецкий Гомеопатический Союз» | 2,03% | 2,26% | 2,15% |
| 7 | 7 | 7 | «Эдас» Международный Концерн» ЗАО | 0,71% | 1,17% | 1,19% |
| 8 | 8 | 9 | «Гомеопатическая Фармация» ООО | 0,55% | 0,67% | 0,60% |
| 9 | 10 | 8 | «ТАЛИОН-А» ООО | 0,32% | 0,46% | 0,72% |
| 10 | 14 | 14 | «Московская Фармфабрика» ОАО | 0,31% | 0,22% | 0,21% |
| Итого ТОП 10 | | |  | 98,9% | 98,1% | 97,6% |

гомеопатия продажа лечение здоровье

В течение 2009-2011 гг. состав группы ведущих торговых марок существенно не изменялся, однако внутри первой «десятки» происходили заметные перемещения (табл. 3).

Возглавив в 2010 г. рейтинг ведущих торговых наименований по объему продаж, Оциллококцинум существенно увеличил свое присутствие на рынке.

По итогам 2011 г. доля рынка Оциллококцинум достигла 28%, что еще более значительно увеличило его отрыв от ближайших преследователей. Брэнды Анаферон и Анаферон детский отмечены высокими темпами роста объемов продаж. На фоне стремительно растущих участников рейтинга продажи Импаза, Пропротен 100, Ременс и Гентос заметно упали.

Так, препарат Импаза в период 2009-2010 гг. стабильно занимавший положение в «тройке» лидеров, в 2011 г. переместился на 6-ю позицию с долей рынка 3,9%. По итогам 2011 г. ведущие 10 торговых наименований аккумулируют около 76% рынка.

Таблица 3 - Рейтинг ведущих торговых наименований гомеопатических препаратов по объему продаж

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Рейтинг по объему реализации | | | Торговое наименование гомеопатического средства | Доля в общем объеме продаж гомеопатии | | |
| 2011 г. | 2010 г. | 2009 г. |  | 2011 г. | 2010 г. | 2009 г. |
| 1 | 1 | 2 | Оциллококцинум | 27,99% | 21,70% | 13,39% |
| 2 | 2 | 1 | Анаферон детский | 14,08% | 13,28% | 14,01% |
| 3 | 3 | 4 | Анаферон | 12,43% | 8,49% | 6,51% |
| 4 | 6 | 7 | Афлубин | 5,70% | 4,67% | 5,43% |
| 5 | 5 | 6 | Мастодинон | 4,08% | 4,85% | 5,90% |
| 6 | 4 | 3 | Импаза | 3,90% | 6,47% | 8,40% |
| 7 | 8 | 9 | Траумель С | 3,23% | 3,70% | 3,14% |
| 8 | 7 | 5 | Пропротен-100 | 2,37% | 4,29% | 6,37% |
| 9 | 9 | 8 | Ременс | 2,11% | 3,00% | 3,47% |
| 10 | 10 | 10 | Гентос | 1,69% | 2,13% | 3,02% |
| Итого ТОП-10 | | |  | 77,58% | 72,58% | 69,64% |

**3. Практическая часть. Потребительское поведение на рынке гомеопатических средств**

Исследование проводилось на базе УПА «ВолгГМУ». В аптеке имеется один кассовый аппарат, в торговом зале работает один провизор-кассир. Специалиста гомеопата в аптеке нет. Витрины гомеопатических ЛП в аптеке не имеется. Ассортимент гомеопатических препаратов представлен 20 товарными позициями при этом каждый из препаратов ориентирован на одно конкретное заболевание, взаимозаменяемых препаратов нет. Например, для лечения стенокардии в аптеке присутствует только такой препарат, как «Кардиосил» (для лечения аналогичного заболевания применяют также «Кардиоседикс»).

Необходимо представить портрет современного потребителя гомеопатических средств.

Спрос рождает предложение. Но чтобы спрогнозировать спрос, необходимо знать политическую, экономическую, социальную обстановку на отслеживаемой территории. Например, относительно российского рынка лекарственных препаратов, можно с уверенностью сказать, что, если в государстве происходят глобальные изменения или наступает экономический кризис, то, как правило, бывают востребованы лекарства, направленные на восстановление нервной системы, улучшение обмена веществ, качества жизни. А при стабильной ситуации, когда увеличиваются доходы населения и, соответственно, увеличивается рождаемость, растет спрос на детские препараты и препараты для лечения "женских" болезней. Что касается гомеопатии, то здесь эффективное внедрение метода в лечебный и оздоровительный процессы зависит не только от политической обстановки и уровня доходов населения, но и от степени информированности покупателей и аптечных работников о возможностях и особенностях метода, эффективности гомеопатических препаратов.

В данном исследовании ставилась задача выяснить, какие слои населения являются основными потребителями гомеопатических препаратов, с какой целью применяются гомеопатические средства, чем руководствуются пациенты при выборе того или иного гомеопатического препарата.

Большую часть посетителей аптек, в т.ч. гомеопатических, составляют женщины. Их среди опрошенных оказалось 64%. Что касается возрастных категорий, то наиболее постоянными потребителями гомеопатических препаратов являются молодые женщины (26-35 лет) и женщины пенсионного возраста (старше 60 лет). Большинство опрошенных мужчин были в возрасте 18-35 лет (таб.4).

Таблица 4 - Возрастные категории респондентов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Пол | 18-25 лет | 26-35 лет | 36-45 лет | 46-60 лет | Старше 60 лет |
| Мужчины | 32% | 35% | 0% | 17% | 16% |
| Женщины | 0% | 28% | 18% | 18% | 36% |

Что касается социального статуса, то большинство опрошенных нами оказались служащими или пенсионерами. При этом, большинство респондентов имели высшее образование (таб.5).

Таблица 5 - Социальный статус и образование респондентов

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Пол | Среднее и среднее специальное образование | Рабочие | Высшее образование | Служащие | Пенсионеры | Учащиеся |
| Мужчины | 33% | 16% | 67% | 50% | 17% | 17% |
| Женщины | 18% | 17% | 82% | 37% | 46% | 0% |

Проанализировав эти данные, можно сделать вывод, что потребители гомеопатии - это, в основном, образованные интеллигентные люди. Оно и понятно: чтобы принять гомеопатический метод лечения необходимо, как минимум, изучить справочную литературу по данному вопросу, проконсультироваться со специалистами, понять, чем этот метод отличается от обычного "глотания таблеток". В конце концов, нужно смириться с необходимостью длительного (иногда до нескольких лет) лечения и постоянного контроля своего состояния у врачей. Большая часть опрошенных нами респондентов имела средний доход в размере 1000-2500 руб. в месяц на человека (данные: лето-2000), причем уровень доходов женщин оказался заметно меньше аналогичного показателя у мужчин (таб.6).

Таблица 6 - Средний доход в месяц на человека

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Пол | 500-1000 руб./мес./чел. | 1000-2500 руб./мес./чел. | Более 2500 руб./мес./чел. |
| Мужчины | 17% | 50% | 33% |
| Женщины | 37% | 54% | 9% |

Всем респондентам были заданы вопросы, с помощью которых удалось выявить, каким образом больные пришли к гомеопатическому методу лечения. В частности, при ответе на вопрос "Кто посоветовал Вам использовать гомеопатический метод лечения" большинство опрошенных нами чаще всего отвечали, что это родные, друзья или работники аптеки. При этом, советы врача и реклама пользовались меньшим авторитетом (таб.7).

Таблица 7 - Кто посоветовал Вам использовать гомеопатический метод лечения?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Пол | Родные, друзья | Работники аптеки | Врач | Реклама |
| Мужчины | 50% | 17% | 17% | 16% |
| Женщины | 36% | 27% | 18% | 19% |

Из таблицы видно, что наиболее авторитетным источником информации для наших людей всегда оставались и остаются родные и друзья. Возможно, это связано с тем, что современные врачи-аллопаты, при всей своей осведомленности, не имеют возможности длительного общения с пациентами, а значит не могут применить принцип индивидуального подхода к больному, которого требует гомеопатический метод. Услуги врачей, специализирующихся на гомеопатии, как правило, платные. Поэтому люди предпочитают пользоваться чужим опытом - "соседке или родственнице помогло, значит и мне поможет".

Работники аптеки (в частности, провизоры) обычно считают одним из наиболее значимых факторов, влияющих на популярность препарата, рекламу. Наш опрос показал, что сами пациенты другого мнения - реклама у них на последнем месте, так же как и совет врача. Гораздо более ценным для них является грамотный совет работника аптеки.

В данном исследовании необходимо было установить цель приема гомеопатических препаратов (как известно, гомеопатические препараты можно применять с целью профилактики, лечения различных заболеваний или для проведения сочетанной терапии (аллопатические препараты плюс гомеопатия). Выяснилось, что мужчины одинаково часто покупают гомеопатические средства как для профилактики, так и для лечения заболеваний. При этом, избегают приема аллопатических средств. Женщины чаще всего покупают тот или иной гомеопатический препарат, чтобы проводить сочетанную терапию с применением гомеопатических и аллопатических средств, реже для профилактики заболевания. Еще реже они лечатся только гомеопатическими средствами (таб.8).

Таблица 8 - С какой целью Вы принимаете гомеопатические препараты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Пол | Профилактика | Лечение только гомеопатическими средствами | Сочетанная терапия гомеопатическими и аллопатическими препаратами |
| Мужчины | 43% | 43% | 14% |
| Женщины | 33% | 25% | 42% |

Как известно, гомеопатические препараты, в идеале, подбираются, исходя из индивидуальных характеристик больного. Для безрецептурного отпуска используются комплексные препараты, которые может подобрать провизор или фармацевт, не прибегая к помощи врача. Мы попытались узнать, чем руководствуются пациенты, выбирая такие препараты. Выяснилось, что женщины больше доверяют информации, размещенной на упаковке, справочным изданиям и собственной интуиции. Мужчины же склонны прислушиваться к советам специалистов (таб.9).

Таблица 9 - Чем Вы руководствуетесь при выборе комплексного гомеопатического средства

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Пол | Аннотации, справочники, реклама | Совет специалиста | Специальные методы подбора | Затрудняюсь ответить |
| Мужчины | 25% | 50% | 12% | 13% |
| Женщины | 45% | 36% | 9% | 10% |

Испытывают ли больные, после всех вышеперечисленных методов подбора гомеопатических средств, эффект от применения гомеопатических препаратов?

Таблица 10 - Эффект от применения гомеопатических препаратов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Эффективность лечения | Мужчины | Женщины |
| 1. Заболевание излечено полностью | 33% | 8% |
| 2. Эффект был, но заболевание не излечено полностью | 31% | 0% |
| 3. Заболевание хроническое, но чувствую себя лучше и избегаю осложнений | 20% | 68% |
| 4. Замечаю улучшение общего состояния | 16% | 16% |
| 5. Нет эффекта | 0% | 8% |

Оказывается, результат беспечности женщин, чьи познания часто ограничиваются лишь информацией на упаковке, налицо: около восьми процентов из них вообще не получают эффекта при лечении. Такое же ничтожное количество смогло полностью излечиться от конкретного заболевания. В то время как среди мужчин полностью излеченными считают себя 33% (таб.10).

Из этого следует простой вывод: наиболее эффективно принимать препарат по совету врача, а еще лучше пользоваться специальными методами индивидуального подбора препаратов (как мы помним из таблицы 6, мужчины чаще женщин пользуются именно таким методом). По мнению сотрудников аптек, наиболее важными факторами при выборе препарата являются эффективность и цена. Решено было проверить, насколько это мнение разделяют посетители аптечных учреждений. Мнения разделились следующим образом:

Таблица 11 - Какие из ниже перечисленных факторов являются для Вас доминирующими при выборе препарата

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Пол | Цена | Эффективность | Выбор врача | Затрудняюсь ответить |
| Мужчины | 17% | 67% | 0% | 16% |
| Женщины | 47% | 40% | 13% | 0% |

Как видно, специалисты были абсолютно правы, указав наиболее значимым фактором эффективность препарата. Хотя, как следует из таблицы, ценовой аспект также имеет большое значение: женщин, которых сильно волнует стоимость препарата почти в три раза больше, чем мужчин. Скорее всего, это необходимо учесть при формировании цен на гомеопатические лекарства, принимая во внимание, что большинство потребителей гомеопатии - женщины.

Поскольку цена играет большую роль при выборе препарата, мы решили узнать, смогли бы покупатели отдать предпочтение более дорогому, но и более эффективному препарату. Выяснилось, что это готова сделать большая часть респондентов (таб.12).

Таблица 12 - Смогли бы Вы отдать предпочтение более дорогому, но и более эффективному препарату

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Пол | Да | Нет |
| Мужчины | 83% | 17% |
| Женщины | 64% | 36% |

Но при этом, женщин, которые не могут позволить себе купить более дорогое лекарство, вдвое больше, чем мужчин. Возможно, это объясняется более низкими доходами, стремлением к экономии средств или тем, что мужчины, по природе своей, более трепетно относятся к собственному здоровью.

И, наконец, последний организационный вопрос: "Где Вы предпочитаете покупать гомеопатические препараты?". Оказалось, что мужчинам это по большей части все равно, женщины же предпочитают это делать в гомеопатической аптеке (таб.13).

Таблица 13 - Где Вы предпочитаете покупать гомеопатические препараты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Пол | Гомеопатическая аптека | Обычная аптека | Все равно |
| Мужчины | 17% | 33% | 50% |
| Женщины | 46% | 36% | 18% |

Итак, можно подвести некоторые итоги. Исходя из составленного портрета потребителя и его поведения на рынке гомеопатических средств, можно определить и ряд мер, которые позволят, с одной стороны, полнее удовлетворить потребительский спрос, а с другой стороны, увеличить прибыль аптеки.

Необходимо, по возможности, расширять ассортимент, чтобы аптека могла предложить покупателю как дешевое, так и дорогое лекарство, исходя из финансовых возможностей последнего. Причем, необходимо хорошо знать особенности всего ассортимента, т.к. значительная часть населения более всего нуждается в совете компетентного специалиста, но, при этом, не имеет возможности оплачивать услуги врачей-гомеопатов.

Для проведения рекламы целесообразно использовать такие методы, при которых покупатель может быть активно вовлечен в процесс изучения особенностей гомеопатического метода, качественных характеристик отдельных препаратов. Это может быть, например, презентация препаратов в торговом зале, организация консультаций врачей-гомеопатов, которые прямо в аптеке смогут побеседовать с больным, порекомендовать ему тот или иной препарат. В этом случае лучше сработает и эффект "сарафанного радио" - посетители аптеки расскажут о ваших новшествах родным и знакомым.

Нужно также учесть, что большая часть покупателей - женщины. И, если вы работаете не в гомеопатической аптеке (наиболее предпочтительной для женщины), то можно выделить гомеопатию в самостоятельный отдел или сделать для нее отдельную витрину. Кроме того, необходимо предлагать информационно-рекламную продукцию - листовки, брошюры и т.д. - ведь женщины часто подбирают препарат, пользуясь справочным материалом. Ну и конечно, побольше общаться со своими посетителями. Ведь совет, грамотную рекомендацию потребители ценят превыше всего. Необходимо помнить, что главное в работе аптек - это забота о здоровье человека. И только учитывая социальные аспекты и потребности потребителя, можно рассчитывать на успех в бизнесе.

**Заключение**

Естественный интерес к безопасной терапии гомеопатией и относительная стабильность цен в сочетании с активной промоцией в СМИ (радио и телевидение) создают благоприятную среду для динамичного роста гомеопатического рынка. В последние годы с появлением врачей-гомеопатов гомеопатические лекарственные средства занимают все более прочные позиции на российском фармрынке.

Т.к. гомеопатический метод лечения в настоящее время набирает обороты, современной успешной аптеке необходимо иметь максимально полный и широкий ассортимент гомеопатической продукции. Потребитель всегда обратиться в аптеку, в которой не только представлен широкий спектр интересующего товара, но и где ему дадут квалифицированную информацию и помогут подобрать необходимый препарат. В связи с этим рекомендуется если не ввести дополнительную должность специалиста-гомеопата, о хотя бы совершенствовать знания уже работающих сотрудников в данной области.

**Литература**

1. Гомеопатическая фармация: введение и руководство // Сб. учебных пособий для системы послевузовского профессионального образования провизоров / сост. Т.Л. Киселева, A.A. Карпеев; под ред. И.А. Самылиной. - М.: изд. ФНКЭЦ ТМДЛ Росздрава, 2007.

. Киселева Т.А. Гомеопатические лекарственные средства, разрешенные к медицинскому применению / Т.А. Киселева, Т.К. Агеева Е.В. Цветаева. М: АОЗТ Велес, 2009.

. Михайлов И.В. Комплексная гомеопатия рациональная терапия. Практическое руководство / И.В. Михайлов. - М.: Стар'ко, 2008.

. Моисеева Н.К. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н.К. Моисеева, Ю.И. Анискин. - М.: Внешторгиздат, 2008.

. Молчанов Г.И. Краткий справочник по гомеопатии и фитотерапии / Г.И. Молчанов, В.Е. Гончаров, И.Ф. Сучков. Ростов-н/Д: Изд-во Ростовского унта, 2007.

. Об использовании метода гомеопатии в практическом здравоохранении: приказ МЗ МП РФ № 335 от 29.11.95. электронный ресурс.

Режим доступа - уап-dex.ru kop.nnov/m/publice/ecoMonth/2001/06/10.html(4KB). - Загл. с экрана.

. Озолиня М.К. Об истории развития гомеопатической служб / М.К. Озолиня // Фармация. 2008. - № 1.

. Попова Т.Д. От Арники до Яда кобры: Гомеопатия и мы / Т.Д. Попова. М.: Клуб XXI Век, 2009.

. Скулкова P.C. Состояние и развитие организации обслуживания населения гомеопатическими лекарственными средствами / P.C. Скулкова, Д.Н. Абдуллаев, Г.А. Кузнецова // Фармация. 2010. -№ 2.

. Солонинина A.B. Об основных принципах организации фармацевтической деятельности / A.B. Солонинина // Человек и лекарство: тез. докл. 7 Рос. нац. конгр. 7-12 апр. 2008 г. - М., 2008.

. Шлячкова С.Ю. Маркетинговые аспекты управления ассортиментом товаров аптечных организаций: автореф. дис.. канд. экон. наук: 08.00.05 / Шлячкова Светлана Юрьевна. Белгород, 2007.

. Ягудина Р.И. Фармакоэкономика: общие сведения, методы исследования / Р.И. Ягудина, А.Ю. Куликов // Новая аптека. Эффективное управление. 2007. -№ 9.