

Е.Е. КУЧКО,  
ДОКТОР СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ (МИНСК)

## СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБЛЕНИЯ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ НАСЕЛЕНИЕМ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Дана эмпирически обоснованная оценка потребления лекарственных средств населением, изучены основные источники информации о лекарственных препаратах и критерии их выбора. Определены факторы повышения культуры населения в отношении своего здоровья.

The estimation of medicines consumption by the population is justified by the empiric data; some basic sources of information about medicines and the factors to make the population choose them are studied. The factors to increase the population's health culture are defined.

Актуальность исследования потребления лекарственных средств определяется необходимостью формирования культуры отношения населения к своему здоровью, с одной стороны, и отсутствием информации о факторах, ее определяющих, – с другой. Исследуемая проблемная ситуация отражает потребность в информации о специфике поведения населения на рынке лекарственных средств и мотивации их выбора в целях лечения и профилактики различных заболеваний. Для исследования состояния проблемной ситуации в январе – марте 2011 г. совместно с НИЛ «Общественное мнение» ГИУСТ БГУ было проведено социологическое исследование с **целью** выявить факторы, во-первых, способствующие формированию у населения Республики Беларусь культуры потребления лекарственных средств, во-вторых, способствующие рациональному использованию и улучшению практики назначения лекарственных средств специалистами-медиками. Для реализации поставленных целей требовалось решить следующие **задачи**: определить основные социально-демографические характеристики различных типов потребителей лекарственных средств; выявить наиболее значимые источники информации о лекарственных средствах и их терапевтических свойствах; определить главные факторы выбора лекарственных средств населением и предпочтения в выборе лекарственных средств отечественного и зарубежного производства; выявить причины принятия решения о тактике лечения пациентов и практику потребления лекарственных средств населением. **Объект исследования** представлен потребителями лекарственных средств из числа жителей областных центров и г. Минска. **Предметом исследования** явились знания, отношение и практика населения в плане потребления лекарственных средств. **Методика проведения исследования** связана с использованием опросного метода сбора информации – социологического индивидуального стандартизированного интервью «лицом к лицу» с респондентом. Методами качественного и количественного анализа полученной информации стали: описательный анализ, различные виды группировок и эмпирическая типологизация, сравнительный анализ. В ходе исследования была опрошена целевая группа респондентов – покупатели лекарств. По этой группе была рассчитана **выборочная совокупность** респондентов, в генеральную совокупность вошло население г. Минска и областных центров (3 662 971 человек)<sup>1</sup>, которое рассматривалось как потенциальный потребитель лекарственных средств. Объем выборочной совокупности составил 384 респондента, что гарантировало достоверность полученной информации в пределах 5 % погрешности и доверительной вероятности, равной 0,95. В исследовании использовалась **комбинированная многоступенчатая выборка**. На первой ступени отбора была осуществлена стратификация генеральной совокупности по регионам<sup>2</sup>, на второй произведено пропорциональное размещение единиц наблюдения в выборке с учетом деления на административные районы<sup>3</sup> в выделенных населенных пунктах в соответствии с их распределением в генеральной совокупности<sup>4</sup>. Далее в каждом районе населенного пункта методом случайного бесповторного отбора определялись аптеки, где проводился опрос респондентов с использованием механического (систематического) отбора опрашиваемых с заданным шагом.

Анализ данных позволил выявить ряд особенностей потребительского поведения различных гендерных групп на рынке лекарственных препаратов. В гендерной структуре покупателей лекарственных средств в аптеках преобладают женщины (66,9 %), что объясняется их традиционно большей заботой о своем здоровье и здоровье близких и в целом большей покупательской активностью. Женщины чаще, чем мужчины, покупают гомеопатические средства (3,1 % случаев покупок мужчин и 5,4 % случаев покупок женщин), БАДы (0,8 и 5,1 % соответственно) и витамины (16,5 % мужчин и 22,6 % женщин). Лекарственные препараты и те и другие покупают примерно с одинаковой частотой (81,9 и 80,9 % соответственно). Мужчины несколько чаще, чем женщины, покупают лекарственные средства без рецепта врача (83,5 % против 76,7 % соответственно). Выявлены некоторые различия относительно предназначения купленного лекарственного средства: мужчины чаще заявляют, что оно предназначено для лечения временного недомогания (38,6 % против 31,5 % в женской группе), а женщины чаще объясняют покупку необходимостью лечения заболевания (40,5 % против 32,2 % в мужской группе). Лекарственные средства для профилактики заболеваний мужчины и женщины покупают примерно с одинаковой частотой (29,1 и 28,0 % соответственно). Возможно, данный факт объясняется не только объективными характеристиками состояния здоровья, но и его субъективными: мужчины склонны к восприятию ухудшения здоровья как временного недомогания, тогда как женщины более серьезно подходят к оценке любого факта ухудшения здоровья и чаще определяют его как заболевание. Это предположение косвенно подтверждается данными о самооценке состояния здоровья. Мужчины чаще склонны заявлять о том, что они «практически здоровы, лишь иногда бывают временные недомогания» (67,7 % мужчин против 40,5 % женщин). Женщины же чаще, чем мужчины, говорят о наличии у них хронических (36,6 и 40,5 %), а также частых простудных заболеваний (16,3 и 10,2 % соответственно). Оценивая частоту приема лекарственных средств, 27,6 % мужчин заявляют о том, что они «практически никогда не принимают лекарственных препаратов», в то время как в женской группе респондентов таких лишь 10,1 %. О том, что принимают лекарства «время от времени» заявили 55,9 % мужчин и 63,8 % женщин. Постоянно принимают лекарства 16,5 % мужчин и 26,1 % женщин.

Анализ полученных данных позволил выявить ряд особенностей потребительского поведения различных возрастных групп на рынке лекарственных средств. Высокая активность здесь принадлежит молодежной группе (в числе покупателей аптек их оказалось 39,6 %). Представители старших возрастных групп гораздо чаще, чем молодежь и люди среднего возраста, покупают лекарственные препараты (54,9 %), зато четверть покупок, осуществляемых в аптеках молодыми людьми, приходится на витамины. Основная масса респондентов, независимо от возраста, совершила покупку лекарственного препарата без рецепта врача (рис. 1), что можно квалифицировать как *самолечение*.

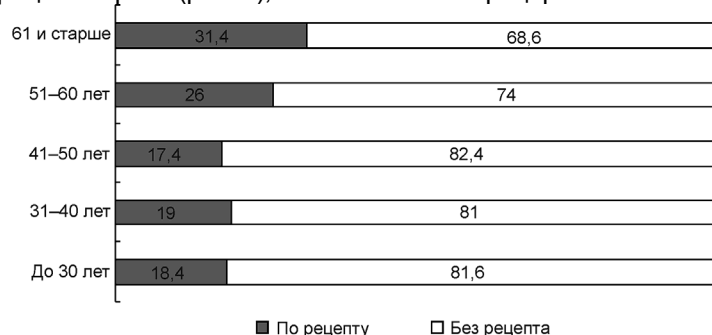


Рис. 1. Структура покупок лекарственных средств по рецепту и без него в разрезе возрастных групп, %

Социальный статус, уровень образования и материальное положение являются важными ориентирами при определении факторов, способствующих формированию у населения культуры потребления лекарственных средств. Оценка своего материального положения как среднего и выше среднего создает благоприятную ситуацию для потребителей в отношении выбора качественных и эффективных лекарственных препаратов для лечения и профилактики заболеваний. Респонденты, которые субъективно оценивают свое материальное положение как «хорошее», чаще, чем другие, покупают лекарственные средства для профилактики (32,2 % против 27,5 % в группе «средние» и 20,4 % в группе с «низким материальным положением»)<sup>5</sup>.

Выбор того или иного лекарственного средства определяется не только наличием заболеваний и демографическим статусом респондента, но и информационными системами, определяющими поведение населения на рынке лекарственных средств. Информационные системы существенно влияют на формирование культуры населения в отношении к своему здоровью. Источники информации обеспечивают рекламу медицинских препаратов, формируют спрос на лекарства и влияют на принятие решения о тактике лечения.

С целью выявления информационных источников выбора лекарственных препаратов группе респондентов, которые купили лекарство без рецепта врача (их доля составила 79,0 %), был задан вопрос о том, какие источники информации повлияли на выбор именно этого лекарственного средства. В соответствии с методикой интервьюер не предлагал какие-либо варианты ответа. Респондент должен был сформулировать ответ сам. При этом фиксировались только три первых ответа респондентов, которые отражали устойчивость его обращения к определенным информационным источникам, что позволило обнаружить самые распространенные из них. По результатам опроса информационными источниками при необходимости выбора лекарственного препарата являются:

- рекомендации врачей – 46,9 %;
- личный опыт (привычное лекарство, покупал его и раньше) – 35,6 %;
- рекомендации друзей, родственников, знакомых – 22,8 %;
- рекомендации работника аптеки – 20,5 %;
- реклама на телевидении – 10,2 %;
- интернет-источники – 4,3 %;
- статьи в газетах, журналах – 4,0 %;
- специальные телевизионные программы о здоровье – 1,7 %;
- информационные материалы в поликлинике, аптеке и т. д. – 1,3 %.

Тенденция к большей ориентации на рекомендацию врача при выборе тактики лечения усиливается с возрастом. Так, в группе респондентов до 30 лет 40,3 % купили лекарственного препарата по рекомендации врача, а в возрастной группе старше 60 лет – 74,3 %.

И напротив, с возрастом люди реже прибегают к советам друзей, родственников и знакомых при выборе лекарств: в возрастной группе до 30 лет этот источник информации является значимым для каждого третьего респондента (31,5 %), а в группах старшего возраста данный источник резко теряет свою значимость (табл. 1).

Таблица 1

**Источники информации, повлиявшие на выбор лекарственного средства,  
в разрезе возрастных групп, %**

Основные источники информации	Возрастные группы, лет				
	до 30	31–40	41–50	51–60	61 и старше
Рекомендация врача	40,3	41,2	41,1	59,5	74,3
Личный опыт	27,4	31,4	50,0	35,1	48,6
Рекомендация друзей, родственников, знакомых	31,5	21,6	25,0	10,8	2,9
Рекомендация работника аптеки	25,8	21,6	16,1	18,9	8,6
Реклама на телевидении	14,5	9,8	3,6	8,1	8,6

Тенденция к большей ориентации на рекомендацию врача при выборе тактики лечения усиливается также с повышением уровня образования. Так, в группе респондентов с высшим образованием 50,0 % приобрели лекарство по рекомендации врача, а в группе с низким образовательным уровнем – 38,7 %. С повышением уровня образования также наблюдается тенденция к снижению значимости рекомендаций друзей, родственников, знакомых (табл. 2).

Таблица 2

**Источники информации, обусловившие покупку лекарственного средства различными группами населения с учетом образовательного уровня, %**

Основные источники информации	Группы по уровню образования		
	начальное, базовое, среднее, профессионально-техническое	среднее специальное	высшее
Рекомендация врача	38,7	47,3	50,0
Личный опыт	33,9	44,0	31,3
Рекомендация друзей, родственников, знакомых	33,9	20,9	19,3
Рекомендация работника аптеки	22,6	16,5	22,0
Реклама на телевидении	8,1	5,5	14,0

В силу распространенности покупки лекарств без рецепта в рамках исследования была предпринята попытка выяснить отношение населения к перспективе введения практики назначения лекарственных средств по телефону специальной медицинской службой, что, безусловно, в какой-то степени могло бы в особых случаях регулировать выбор препарата. Большинство респондентов (55,7 %) высказались против введения такой практики в Беларуси, лишь каждый третий респондент (33,5 %) в целом положительно оценил данную перспективу (рис. 2).

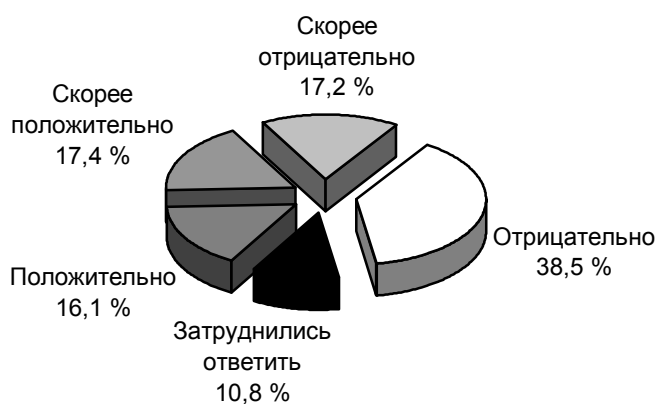


Рис. 2. Оценка перспективы введения в Беларуси практики назначения лекарственных средств по телефону специальной медицинской службой

Одной из задач исследования явилось определение степени доверия к информации о лекарственных средствах, полученной из разных источников. Наибольшим доверием пользуется информация, полученная от врачей и представителей медучреждений (93,5 %), от работников аптек (91,2 %), а также друзей, родственников и знакомых, пользующихся данным лекарственным средством (72,7 %). Особый статус в шкале доверия респондентов к информации о лекарственных препаратах занимают специализированные телевизионные программы о здоровье и тематические газеты и журналы, в

которых освещаются вопросы лечения и профилактики болезней, рассчитанные на массового читателя. Здесь обнаружилось, что население разделилось почти поровну на тех, кто доверяет этим источникам информации (46,1 % по ТВ-программам о здоровье и 39,6 % по газетам и журналам), и тех, кто им не доверяет (43,0 и 42,8 % соответственно). При этом треть опрошенных (30,2 %) не смогли назвать ни одной передачи о здоровье. Из тех, кто знает о существовании таких телепередач, почти половина (45,1 %) их вообще не смотрит. А из тех, кто смотрит, 25,2 % респондентов им не доверяют. Это еще раз свидетельствует о низком уровне доверия населения к телевидению в этом вопросе. Такая тенденция еще более выражена в отношении печатных СМИ. Здесь не смогли назвать ни одного источника (газеты или журнала) о здоровье 65,6 % респондентов. Из тех, кто назвал такие источники, 50,0 % их не читают, а из тех, кто их читает, треть (28,8 %) им не доверяют.

Таким образом, телевизионные и печатные тематические СМИ воспринимаются населением как недостоверный источник информации о проблемах, связанных со здоровьем и лечением (профилактикой) болезней.

Еще одним современным источником информации, к которому население проявило невысокий уровень доверия в отношении рекомендации лекарственных препаратов, оказался Интернет: 50,5 % населения выразило недоверие, а 20,3 % затруднились определить уровень своего доверия. Результаты опроса населения свидетельствуют, что распространенная в настоящее время реклама лекарственных средств в СМИ также не пользуется доверием: рекламе лекарств на телевидении не доверяют 79,7 % респондентов, в газетах и журналах – 78,9 %, на радио – 77,7 %.

Проведенное исследование позволило обозначить основные факторы выбора лекарственных средств населением, влияющие на тактику лечения и практику потребления лекарственных средств. Сделаем оговорку относительно понятия «тактика лечения». В данном случае мы исходили из того, что тактику лечения определяет врач, а сам пациент, делая окончательный выбор в пользу не только методов лечения, но и применяемых лекарственных средств, осуществляет их покупку в аптеке. Поэтому в нашем случае речь будет идти именно об определении тактики лечения самим пациентом, для чего исследовалась практика потребления населением лекарственных препаратов путем их покупки. В целом же факторами, влияющими на выбор лекарственного средства, являются:

- социально-демографические характеристики самих потребителей (покупателей),
- состояние здоровья потребителей (покупателей),
- информационные источники о лекарственных средствах,
- цена лекарственных средств,
- страна-производитель.

Согласно полученным результатам, определяющим фактором выбора лекарственного средства является его **цена**: 80,5 % респондентов отметили важность ценового фактора. На второй рейтинговой позиции – **страна-производитель** лекарственного средства (69,8 %). **Фирму-производителя** в качестве важного критерия при выборе лекарственного средства назвали 53,9 % опрошенных. При этом лекарственные средства импортного производства пользуются у населения большим доверием. При прочих равных условиях 52,3 % респондентов предпочли бы импортный лекарственный препарат отечественному, обосновывая этот выбор уверенностью в его большей эффективности и качестве; меньшим количеством побочных эффектов; отсутствием подделок; лучшими технологиями изготовления импортных препаратов и более жестким контролем их качества. *Выбор отечественных препаратов мотивируется* стремлением поддержать отечественных производителей; ценой, которая является более низкой, чем на аналогичные импортные лекарства, и доверием отечественному производителю.

При этом обнаруживается ряд тенденций<sup>6</sup>:

- 1) чем выше уровень образования, тем чаще респонденты склонны к выбору импортного лекарственного средства;
- 2) работающие респондентов, а также учащиеся и студенты чаще выбирают импортные средства;
- 3) чем старше респонденты, тем больше они склонны к выбору отечественного лекарственного средства.
- 4) более материально обеспеченные респонденты чаще склоняются в пользу лекарств импортного производства.

Стоимость самих лекарственных препаратов также влияет на их выбор при покупке (особенно в старшей возрастной группе). Так, при условии одинаковой цены импортное средство предпочтут 59,4 % респондентов. В ситуации, когда разница в цене незначительная, его выберут 60,2 % респондентов. И только при условии существенности ценового фактора для бюджета отечественный препарат купят 55,5 % респондентов.

С учетом значимости ценового фактора при выборе лекарственных препаратов для респондентов, в ходе интервью задавался вопрос о понимании наличия связи между ценой и качеством (эффективностью) лекарства.

По результатам исследования выяснилось, что для ответственного покупателя «ценовой сигнал» **не является** индикатором качества продукции. До сих пор на рынке, в том числе лекарственных препаратов, этот вопрос является спорным, и однозначной зависимости здесь выявить не удалось: опрошенная аудитория разделилась почти поровну (рис. 3).

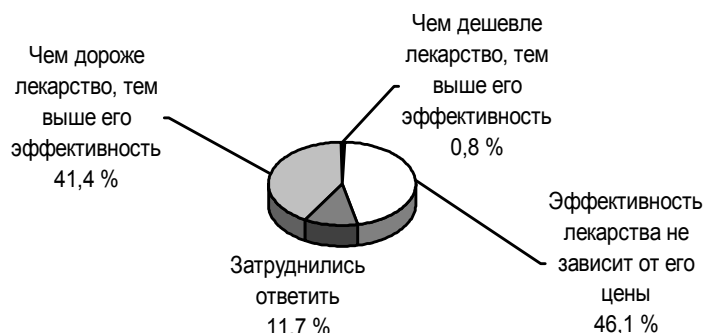


Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, зависит ли эффективность лекарственного средства от его цены?»

При этом можно обнаружить неоднородность оценки соотношения цены и эффективности лекарственных препаратов в группах с разным материальным положением: люди с хорошим и средним материальным положением чаще склоняются к тому, что цена лекарства является показателем его эффективности (табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Как Вы считаете, зависит ли эффективность лекарственного средства от его цены?» в разрезе групп по материальному положению, %

Варианты ответа	Материальное положение		
	хорошее	среднее	плохое
Чаще всего зависит: чем дороже лекарство, тем выше его эффективность	46,9	41,6	27,8
Чаще всего зависит: чем дешевле лекарство, тем выше его эффективность	0,0	0,6	3,7
Нет, эффективность лекарственного средства чаще всего не зависит от его цены	41,3	47,8	50,0
Затрудняюсь ответить	11,9	10,1	18,5

Если рассматривать влияние фактора цены лекарственного средства на его покупку, то нужно исходить из уровня материального положения респондента и его возможностей тратить деньги на приобретение лекарств. Подавляющее большинство (89,0 %) опрошенных покупают необходимые лекарственные средства, что свидетельствует об осознании ценности своего здоровья и готовности его поддерживать. Однако практически половина респондентов (49,7 %) отмечают, что приобретение лекарственных средств является значимой статьёй расхода для их бюджета (рис. 4).

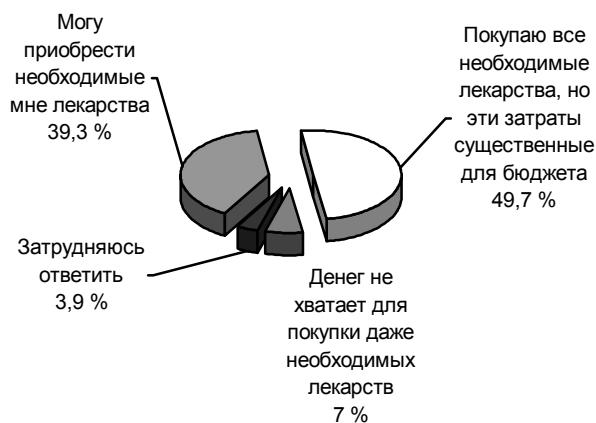


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос «Как бы Вы могли оценить свои затраты на приобретение лекарственных средств?»

В реальности это может обусловить большую вероятность выбора лекарственных препаратов отечественных производителей.

Традиционно большинство населения склоняется доверять импорту, но ценовые показатели и уровень материального благосостояния сказываются при выборе лекарственного средства.

В ходе исследования выяснилось, что социально-демографические характеристики респондентов, равно как и самооценки состояния здоровья, влияют на выбор лекарств. Однако сказать однозначно, действуют эти факторы прямо или косвенно, опосредованно, а также в каких ситуациях их действие усиливается, материалы исследования не позволяют. Например, возраст респондента, состояние его здоровья, уровень образования в значительной степени определяют материальное положение, которое, в свою очередь, обуславливает выбор лекарственного средства.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы.

1. В настоящее время покупка населением лекарственных средств в аптеках в большинстве случаев осуществляется без рецепта врача. Наблюдается достаточно высокий уровень покупательской активности молодежи на рынке лекарственных препаратов.

2. Основными источниками информации, которые пользуются наибольшим доверием у населения при выборе лекарственных средств, выступают специалисты (врачи, работники аптек), а также личный опыт и рекомендации друзей, знакомых, родственников. Такие источники информации являются одновременно и факторами выбора лекарственных средств. Выявлено негативное отношение населения к рекламе лекарственных средств в СМИ и перспективе введения практики назначения лекарственных препаратов

медицинскими специалистами по телефону. Не пользуются доверием в качестве источника информации о лекарственных средствах Интернет, телевизионные программы, газеты, журналы о здоровье, рассчитанные на массового читателя.

3. Факторами, влияющими на выбор лекарственных средств, являются: социально-демографические характеристики потребителей (покупателей); состояние их здоровья; информационные источники о лекарственных средствах; цена лекарственных средств; страна-производитель.

4. Большинство населения склонно доверять импортным лекарственным средствам, но их ценовые характеристики и возможности бюджета семьи обуславливают большую вероятность выбора лекарств отечественных производителей.

Названные особенности характеризуют реальную практику потребления населением лекарственных средств, сложившуюся в настоящее время. Перспектива повышения культуры потребления лекарств связана с развитием санитарно-просветительской работы населения, а также с усилением контроля безрецептурного отпуска лекарственных препаратов населению и их рекламы в СМИ. Деятельность источников массовой информации должна быть связана с формированием мотивации обращения к врачам не только с целью лечения, но также диагностики и профилактики заболеваний. Пропаганда здорового образа жизни, отказа от самолечения будет способствовать формированию культуры потребления населением лекарственных средств и культуры отношения к своему здоровью в целом.

<sup>1</sup> См.: Общая численность населения, его состав по возрасту, полу, состоянию в браке, уровню образования, национальностям, языку и источникам средств к существованию // Статистические бюллетени по результатам переписи населения Республики Беларусь 2009 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://belstat.gov.by/homep/ru/perepis/2009/itogi1.php>. Дата доступа: 21.01.2011.

<sup>2</sup> См.: Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2010 / Редкол.: В.И. Зиновский и др.; Нац. стат. комитет Республики Беларусь. Мн., 2010.

<sup>3</sup> См.: Регионы Республики Беларусь, 2010: Стат. сб. / Редкол.: В.И. Зиновский и др.; Нац. стат. комитет Республики Беларусь. Мн., 2010.

<sup>4</sup> См.: Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2010. С. 213.

<sup>5</sup> См.: Кучко Е.Е., Левицкая И.В., Соловьева Л.В. Отчет о результатах исследования «Изучение особенностей потребления лекарственных средств населением Республики Беларусь». Мн., 2011. С. 16–18.

<sup>6</sup> Там же. С. 26–30.

Поступила в редакцию 27.09.11.