

10. Horrobin, D. The commercial development of food plants used as medicines [Electronic resource] / D. Horrobin, P. Lapinskas, – Kew, 1998. – Mode of access: <http://www.lapinskas.com/publications/3492.html>. – Date of access: 14.09.2005.
11. Keating B. Diverse factors driving burgeoning U.S. tea industry / B. Keating, M. Razor // HerbalGram. – 1996. – Vol. 36. – P. 59.
12. Miller, R.A. The potential of herbs as a cash crop / R.A. Miller – Metairie: Acres U.S.A., 1998. – 230 p
13. Schippmann, U. Impact of cultivation and gathering of medicinal plants on biodiversity: Global trends and issues / U. Schippmann, D. Leaman, A. Cunningham. – FAO, – 2002. – 21 p.

УДК 631.14:633.88

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РОЗНИЧНОГО РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННЫХ РАСТЕНИЙ

И.Н. Дорошкевич

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь, 230008

И.П. Дорошкевич

ГГЦП Ф-л «Поликлиника № 4», 230009

***Аннотация.** В статье рассмотрена практика маркетинговых исследований потребительских предпочтений на рынке лекарственного растительного сырья (ЛРС). В частности, анализируется аптечный ассортимент в Гродно, а также мнение посетителей аптек и поликлиник города в отношении лекарственных растений. Данные исследования сравниваются с аналогичными подходами на Украине. Выявлено, что в зависимости от подхода, отношение к ЛРС измеряется различными способами. Авторами предложена оценка взаимосвязи потребительского предпочтения с фактическими объемами реализации. Рассматриваются факторы, влияющие на поведение потребителей на рынке, а также обосновываются различия между научно-полученными данными и практикой хозяйственной деятельности.*

***Summary.** The article describes the marketing research across medicinal herbs market basically in Grodno, Belarus. There is a strong relation between consumer attitude and sales in drug-stores. But the results depend on the method. Authors present the accurate way to describe the tendency. The main role of this process belongs to agricultural production. There are strong relation between MAP, food and pharmaceutical market because of rising of medicinal herbs consumption.*

Введение. Сельскохозяйственное производство и дикорастущая заготовка лекарственных растений невозможна без оценки рыночного потенциала лекарственных препаратов на их основе. Значительное место на розничном рынке лекарственных препаратов принадлежит препаратам на основе фасованного растительного сырья. За последние годы в Республике Беларусь увеличились продажи данной категории

препаратов, однако рынок еще не насыщен. Многими работниками на данном рынке высказываются скептические прогнозы в отношении потенциала аграрного производства лекарственных растений в связи с недостаточностью спроса со стороны населения. Однако, на наш взгляд, именно производители и заготовители растительного сырья являются наиболее слабой частью всей рыночной цепочки. В течение многих лет спрос на лекарственные растения отечественного производства является неудовлетворенным. Однако для рыночных субъектов по-прежнему актуальным является оценка потребительского отношения к лекарственным растениям в разрезе видов.

Цель работы. Исследование потребительских предпочтений и потребительского поведения на рынке розничных препаратов на основе растительного сырья. Сравнение маркетинговых подходов.

Материал и методика исследования. Для оценки потребительских предпочтений на рынке использовались методы маркетинговых исследований: анкетирование и глубинные интервью.

Первое анкетирование заключалось в опросе посетителей аптек интервьюерами в 10 аптеках в г. Гродно.

Для более высокой репрезентативности аптеки подбирались с учетом размера торгового зала и месторасположения. Методика опроса состояла в случайном отборе посетителей аптек, которым зачитывались вопросы бланка личного интервью и отмечались выбранные ими варианты ответов. Было опрошено 900 человек, покупателей препаратов на основе ЛРС, из них 220 – клиенты специализированных отделов. Соотношение закрытых и открытых вопросов было примерно одинаковым.

Коэффициент отказа составил около 30%. Более высокий коэффициент отказа наблюдался среди мужского населения. Основными причинами отказа от участия в опросе являлись: неиспользование ЛРС как лекарственного препарата и ограниченность во времени.

Второе анкетирование было проведено среди посетителей городских поликлиник № 1,4 и 6. Методика проведения анкетирования заключалась в раздаче анкет пациентам, которые ожидали очереди на прием к врачу в коридоре поликлиники. Респонденты самостоятельно заполняли анкеты. Вопросы анкеты были закрытыми. Выборка составила 114 человек.

Коэффициент отказа составил около 20%. Основной причиной отказа являлось неиспользование лекарственных растений. Количество отказавшихся от участия мужчин незначительно превышало количество женщин.

Наиболее спорные результаты анкетирования дополнительно изучались с помощью глубинного интервью.

Также нами проведена оценка ассортимента препаратов на основе ЛРС в аптечной сети г. Гродно и определена маркетинговая политика аптек по отношению к данной группе препаратов. Связь данных маркетинговых исследований с фактическими продажами проводилась с помощью корреляционного анализа.

Результаты исследований и их обсуждение. На начало 2008 г. в Гродно размещалось около 55 аптек разных категорий и форм собственности. Целью большинства как частных, так и государственных аптек является поддержание широкого ассортимента лекарственных препаратов для удовлетворения возникающих потребностей горожан. При этом с экономической точки зрения более выгодным является реализация эффективных, популярных, но дорогостоящих лекарств, по сравнению с более дешевыми на основе ЛРС.

В целях более полного насыщения внутреннего рынка лекарственными средствами отечественного производства МЗ РБ издало Постановление от 24 июня 2005 г. №17 "Об утверждении перечня лекарственных средств отечественного производства, обязательных для наличия в аптеках всех форм собственности". В данный перечень вошли 13 препаратов на основе ЛРС.

Проведенная нами выборочная проверка в марте 2008 г. ассортимента в восьми аптеках города показала, что из обязательного списка в аптеках находится от 7 до 11 наименований ЛРС. Опрос провизоров в аптеках показал, что отсутствие препаратов связано с недостаточным предложением со стороны дистрибьюторов и фармацевтических производств. Фармацевты связывают отсутствие лекарственных препаратов с ненадлежащей работой производителей. Однако при этом зачастую признают, что спрос на лекарственные растения подвержен не только сезонным колебаниям, но и колебаниям, вызванным другими обстоятельствами. Иногда спрос на лекарственные травы увеличивается периодически после информационных сообщений, передач по телевидению или по радио. В связи с этим часть ассортимента, рассчитанного на месяц, раскупается в течение недели.

В целом по отношению к маркетингу препаратов на основе ЛРС аптеки можно условно разделить на две категории: традиционная аптека и аптека, имеющая специализированный отдел лекарственных трав. Анализ показывает, что в традиционных аптеках ассортимент ЛРС в среднем составляет 11-14 видов, в специализированных – 27-30 видов и более. При этом, кроме моносоставов, данные аптеки предлагают широкий перечень лекарственных сборов, настоек, экстрактов и БАД.

Специализированные отделы имеют более качественную выкладку, позволяющую покупателю, оценить размер ассортимента или совершить импульсивную покупку. Информационные щиты о полезных свойствах растений создают дополнительное воздействие на клиентов.

Несмотря на то, что по данным разных исследований потребителями лекарственных растений в республике являются от 30 до 70% населения, наше полевое исследование показало, что при прочих равных условиях при выборе аптеки потребители склоняются в пользу той, которая имеет специализированный отдел ЛРС. Находясь в такой аптеке, покупатели предполагают, что могут иметь не только широкий выбор лекарственных трав, но и традиционных препаратов.

Наличие лекарственных препаратов в аптечной сети не всегда является определяющим при увеличении совокупного потребления. Анкетирование респондентов в поликлиниках г. Гродно показало, что большинство людей потребляют препараты на основе ЛРС в целях лечения 73,68% (в целях профилактики 56,14%), что говорит о том, что использование лекарственных растений в большой степени зависит от количества заболеваний.

Инициаторами применения лекарственных препаратов в большинстве случаев являются сами респонденты – 47,37%, однако воздействие родственников и знакомых также достаточно существенное – 36,84%. Рекомендациям врачей и фармацевтов при назначении лекарственных растений следуют 35,96%.

В рыночных условиях большое значение имеет развитие маркетинговых коммуникаций, как возможность распространения рыночной информации о товаре. В результате анкетирования нами определено, что, несмотря на самостоятельное принятие решения о покупке препарата из ЛРС, информацию о полезных свойствах лекарственных растений 52,63% опрошенных получают от медицинских работников, 46,49% – от родных, 36,84% – из популярных газет и журналов, 33,33% – от аптечных работников. Это говорит о том, что в целях увеличения спроса на препараты на основе ЛРС следует в больших объемах обеспечить качественной, полной, научно обоснованной информацией медицинских и аптечных работников о новых лекарственных препаратах и их лечебных свойствах.

В соответствии с ответами респондентов в поликлиниках лекарственные растения в основном применяются ими для лечения заболеваний желудочно–кишечного тракта (57,02%), органов дыхания (52,63%), почек и мочеполовой системы (37,72%), сердечно-сосудистых заболеваний (35,96%). В целом, такие данные согласуются с аналогичными данными, представленными в литературе.

Большое значение для аптек и, как следствие, для производителей имеет знание потребительских предпочтений в отношении конкретных видов препаратов на основе ЛРС. Опосредованно данную информацию можно использовать в аграрном секторе при планировании объемов производства тех или иных лекарственных растений.

В таблице 1 приведены результаты ответов на вопрос «Какие лекарственные растения Вы употребляете» по данным некоторых маркетинговых исследований, а также структура реализации в аптеке. Показательным является тот факт, что списочное упоминание лекарственных растений (данные колонок 1; 3) гораздо выше спонтанного упоминания (данные колонки 2).

Таблица 1 – Структура употребляемого ЛРС, %

№	Наименование ЛРС	По данным*			
		1	2	3	4
1	Ромашки цветки	74,19	37,56	54,40	18,33
2	Липы цветки	66,67	10,67	48,70	1,14
3	Зверобоя трава	55,91	22,78	44,80	4,48
4	Шиповника плоды	53,76	4,44	50,00	4,12
5	Мяты перечной лист	50,54	12,22	37,20	4,25
6	Валерианы корневища	47,31	4,33	32,60	2,40
7	Крапивы лист	37,63	3,67	25,00	2,24
8	Дубовая кора	35,48	3,33	32,80	2,70
9	Пустырника трава	34,41	6,33	13,20	0,48
10	Календулы цветки	33,33	9,33	23,40	4,29
11	Мелиссы трава	30,11	3,78	17,70	1,88
12	Шалфея трава	27,96	6,22	13,20	3,27
13	Польни горькой трава	24,73	1,67	18,00	0,18
14	Льна семя	23,66	1,44	16,90	7,53
15	Мать-и-мачехи лист	23,66	3,67	13,20	1,49

*Источник: 1) анкетирование в поликлиниках Гродно (n=114); 2) анкетирование в аптеках Гродно (n=900); 3) анкетирование в аптеках Львовской области (n=384) [1]; 4) фактические данные о годовой структуре реализации ЛРС в аптеке 2-ой категории НПК «Биотест», Гродно.

Данное обстоятельство мы связываем с тем, что при устном опросе респонденты сразу не могут вспомнить ботанического названия растения, и больше склонны упомянуть вид заболевания, при котором используют растение. С другой стороны, спонтанное упоминание более точно отражает наиболее часто используемые виды ЛРС. При ответе по списку респонденты, зачастую, помечают те растения, которые просто им знакомы, употребляются близкими родственниками или которые употребляются ими, но не часто.

Наиболее популярными лекарственными растениями во всех исследованиях являются: ромашка аптечная, липа обыкновенная, зверобой продырявленный, а также шиповник.

Несмотря на то, что опросы потребителей выявляют наиболее популярные виды ЛРС, фактическая структура реализации ЛРС в аптеке выглядит немного иначе (данные колонки 4). Так, второе место в структуре реализации занимает семя льна. Глубинный опрос потребителей показал, что:

- лен (и его продукт: семена) у многих респондентов понятийно не связано с лекарственными растениями, а скорее с сельскохозяйственными культурами;

- семя льна как лекарственное средство, зачастую, назначается врачом и не воспринимается как добровольный выбор при спонтанном восприятии.

Низкий уровень реализации цветков липы в аптеке (при высоком уровне потребительского упоминания) указывает на то, что данный вид ЛРС заготавливается населением самостоятельно. Данное предположение подтверждается ответами тех респондентов, которые самостоятельно заготавливают ЛРС. Наиболее востребованы: цветки липы – 38%, трава зверобоя – 30%, лист мяты – 29%, цветки ромашки, трава чабреца. В таком случае ошибочное позиционирование в отношении препаратов из липы приведет к затариванию и не увеличит объем реализации в аптеке.

Высокую фактическую долю в объеме реализации показывают цветки календулы (ноготки).

Лекарственные препараты на основе фасованного пустырника и полынь имеют относительно низкие доли в структуре реализации в связи с низкой стоимостью сырья и низким фактическим спросом.

В целом при оценке ассортимента аптеки выявлено, что пятнадцать наиболее популярных, по мнению респондентов, лекарственных растений, дают 58,8% объема реализации всех видов ЛРС. По мнению сотрудников аптеки, популярным ЛРС являются также лист брусники и толокнянка, цветки бессмертника, почки березы, трава чабреца и горца птичьего. Всего в аптеке насчитывается более 50 видов препаратов на основе ЛРС, а также биологически активные добавки.

Далее нами была исследована зависимость между усредненными ответами респондентов в отношении лекарственных растений, которые они употребляют, и фактической структурой реализации в аптеке. В качестве факторных признаков взята структура ответов респондентов по каждому из трех маркетинговых исследований. В качестве результирующего признака – фактическая структура реализации в аптеке.

Расчет линейного коэффициента корреляции (r) дал следующие значения: 1) $r=0,522$ для опроса в поликлиниках Гродно; 2) $r=0,794$ для опроса в аптеках Гродно; 3) $r=0,492$ для опроса в аптеках Львовской области. Проверка гипотезы об отсутствии связи производилась с помощью критерия Р.Фишера. Коэффициент корреляции должен быть не ниже $0,5139$ для того, чтобы он мог считаться существенным при уровне значимости $\alpha=0,05$ и $(n-2)$ числе степеней свободы [2].

Таким образом, отсутствует связь между объемами реализации в аптеке в Гродно и предпочтениями посетителей аптек Львовской области. Данные опроса в поликлиниках Гродно имеют пограничное значение существенности линейного коэффициента корреляции, и, на наш взгляд, могут быть ограниченно использованы в последующем анализе.

В то же время потребительские предпочтения клиентов аптек в Гродно имеют тесную зависимость со структурой фактической реализации. На наш взгляд, данное положение связано с тем, что респонденты в данном опросе были вынуждены спонтанно вспоминать те растения, которые они употребляли, поэтому называли только самые важные. Кроме того, выборка в 900 респондентов является более репрезентативной, а опрос респондентов приближен к месту непосредственного совершения покупки.

Заключение. Исследование потребительского предпочтения покупателей препаратов на основе ЛРС является актуальным как для самих аптек, так и для производителей и заготовителей лекарственных растений. На наш взгляд, при проведении данных исследований стоит учитывать несколько особенностей:

- в поисковых исследованиях необходимо использовать инструмент спонтанного, а не списочного упоминания лекарственных растений, что повышает точность воспроизведения данных, за счет уменьшения доли несущественных факторов;

- для прогнозирования ассортимента не рекомендуется использовать данные исследования покупательского предпочтения потребителей других регионов.

- в цепочке «производитель сырья – производитель лекарства – продавец лекарства» большое значение имеет каждый из субъектов. Важно наладить взаимообмен рыночной информацией о рыночном спросе.

Стоит также учитывать, что на рынке ЛРС конечные потребители всегда будут иметь возможность самостоятельно заготовить и употребить некоторые виды лекарственных трав. Данное обстоятельство связано с психологией потребления, в соответствии с которой человеку

доставляет удовольствие сам процесс заготовки растения, его приготовления. Было бы некорректно сводить развитую практику самостоятельной заготовки лекарственных растений к невозможности приобретения данного сырья в аптеке. Скорее маркетинговые действия аптечных работников и врачей могут стимулировать потребление ЛРС. Как показывают данные исследования, при совершении покупки потребитель доверяет мнению специалистов в большей степени, чем рекламе.

Опрос покупательского поведения достаточно сильно связан с объемом фактической реализации аптеки ($r=0,794$). Значит, данные исследования можно использовать при прогнозировании спроса на конечную продукцию.

На наш взгляд, несмотря на учет потребностей в конкретной аптеке, на розничном рынке ЛРС в Гродно наблюдается недостаток лекарственных растений, что подтверждается выборочным анализом ассортимента.

Данные исследования будут иметь интерес для сельскохозяйственных производителей лекарственных растений, при оценке перспектив возделывания тех видов, которые устойчиво пользуются спросом у покупателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Громовик, Б. П., Юрченко, Е. В., Павлычко С. С.. Мониторинг отношения потребителей к применению препаратов растительного происхождения // Провизор, №14, 2000. – с. 18-24.
2. Ефимова, М.Р., Петрова, Е.В., Румянцев, В.Н. Общая теория статистики: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 416 с.

УДК 633.853.494:632.95.003

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПРИМЕНЕНИЯ ПЕСТИЦИДОВ НА ОЗИМОЙ ПШЕНИЦЕ

В.О. Евсиков

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь, 230008

***Аннотация.** В исследованиях, проведенных на дерново-подзолистой среднесуглинистой почве с озимой пшеницей в 2006-2007 годах, установлено, что применение средств защиты растений в виде протравителей семян, гербицидов и фунгицидов имеет высокую экономическую эффективность. Наиболее рентабельными было использование первого варианта схемы опытов, что позволило получить 636,7 тыс. руб/га чистого дохода при рентабельности в 404,7%. А также применение второго варианта схемы опытов, что обеспечило 724,2 тыс. руб/га чистого дохода при рентабельности в 453,1%.*