

# **НАУЧНЫЙ ПРОГРЕСС КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ЗНАНИЙ**



**Сборник научных трудов.  
Россия, Казань, 2020 год**

**Сборник «Научный прогресс как  
ключевой фактор развития  
сферы знаний»**

**Материалы Международных научно-практических мероприятий  
Общества Науки и Творчества (г. Казань) за ноябрь 2020 года**



*Общество Науки и Творчества*

**КАЗАНЬ**

**2020 год**

Научный прогресс как ключевой фактор развития сферы знаний: сборник научных трудов. Казань, 2020.

ISBN 978-5-6044999-4-8

УДК 001.1

ББК 72

*Официальные выходные данные  
для корректного цитирования:*

ISBN 978-5-6044999-4-8



9 785604 499948

**В сборнике: Научный прогресс как ключевой фактор развития сферы знаний. Сборник научных трудов. Казань, 2020.**

**Редакционная коллегия:**

1. Муратова Н.Ф. – кандидат филологических наук, доцент Университета журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана, г. Ташкент, Узбекистан.
2. Шумакова С.Н. – кандидат искусствоведения Харьковской государственной академии культуры, г. Харьков, Украина.
3. Равочкин Н.Н. – кандидат философских наук, доцент Кузбасской государственной сельскохозяйственной академии, г. Кемерово, Россия.
4. Никитинский Е.С. – доктор педагогических наук, профессор Университета «Туран-Астана», г. Нур-Султан, Казахстан.
5. Волженцева И.В. – доктор психологических наук, профессор Переяслав-Хмельницкого государственного педагогического университета им. Г.С. Сковороды, г. Переяслав, Украина.
6. Байтенова Л.М. – доктор экономических наук, профессор Университета Нархоз, г. Алматы, Казахстан.
7. Акимжанов Т.К. – доктор юридических наук, профессор Университета «Туран», г. Алматы, Казахстан.
8. Ризаева Н.М. – кандидат фармацевтических наук, доцент Ташкентского фармацевтического института, г. Ташкент, Узбекистан.
9. Ильященко Д.П. – кандидат технических наук, доцент Юргинского технологического института Томского политехнического университета, г. Юрга, Россия.
10. Анисимова В.В. – кандидат географических наук, доцент Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия.

Для студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей, участвующих в научно-исследовательской работе.

© Коллектив авторов, 2020.

## СОДЕРЖАНИЕ

Стр. 270 Удовиченко А.С., Котова Е.А., Щербатенко М.В. Влияние пандемии на физическую активность населения

Стр. 274 Узунова Г.П. Непрерывное профессиональное образование как условие развития личности педагога

Стр. 279 Черного В.В., Бондаренко Е.В. Особенности профессионального общения в сфере ресторанного бизнеса

### Раздел «Здоровье, медицина, фармакология и ветеринария»

Стр. 283 Абдрахманов С.К., Әшім А.М. Биологический цикл развития *Culicoides* в зависимости от климатических условий

Стр. 290 Абилхайыр Н.Ж. Оценка эффективности комплексного лечения железодефицитной анемии у подростков, проживающих в регионе Аральского моря

Стр. 294 Ахметзянова И.И. Проблема питания современного студента

Стр. 297 Дюсупова К.Н. Психическое здоровье медицинских работников в современных реалиях (обзор литературы)

Стр. 300 Есенгалиев Е.А. Анализ структуры травм и отравлений среди населения Восточно-Казахстанской области

Стр. 304 Зияева М.Н., Садикова Н.А., Абдуразакова Н.И. Анализ спроса и предложения на антигистаминные препараты на фармацевтическом рынке Узбекистана

Стр. 310 Садикова Г.Э., Зияева М.Н. Анализ спроса и предложения на лекарственные препараты для лечения вирусного гепатита С

Стр. 316 Сидоров М.Н., Андреева С.К., Решетникова А.И. Ветеринарно-санитарная экспертиза мёдов, производимых на территории Намского Улуса

Стр. 319 Тлеулесов Р.Б., Амангелді Г.А. Үй жағдайында өндірілетін қой сүті мен сүт өнімдерінің дайындау технологиясы және ветеринариялық-санитариялық сараптау

Стр. 325 Умарова Ш.З., Султанбаева Н.М.У. Модель по оптимизации фармацевтической помощи больным с ишемической болезнью сердца (ИБС) для улучшения лекарственного обеспечения

Стр. 332 Умарова Ш.З., Шодманов Ш.Ф., Султанбаева Н.М.У. Разработка модели системного управления процессом оказания фармацевтической помощи больным с заболеваниями глаза и придаточного аппарата

### Раздел «Естественные науки и техническое решение»

Стр. 338 Агафонова Н.В., Шмарев А.Н. Влияние метилотрофных бактерий *Methylobacterium extorquens* GS на рост и функциональное состояние фотосинтетического аппарата растений салата в условиях кадмиевого стресса

Стр. 343 Газизова Г.Р. Основные перспективы развития экологизации технологий циклической экономики в РТ на примере филиала АО «Татэнерго» Казанские тепловые сети

**Авторская колонка**

**АНАЛИЗ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ  
НА АНТИГИСТАМИННЫЕ ПРЕПАРАТЫ  
НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ  
РЫНКЕ УЗБЕКИСТАНА**

*Зияева Мавжуда Набиевна,  
Садикова Наргиза Амановна,  
Абдуразакова Нодира Исматиллаевна,  
Ташкентский фармацевтический институт,  
г. Ташкент, Республика Узбекистан*

*E-mail: gulifarm1989@mail.ru*

**УДК 615:615.218+659.113.22**

**Аннотация.** Представлены результаты социологического опроса потребителей антигистаминных препаратов, проведенного в сентябре-ноябре 2019 года в аптеках Ташкента. Для проведения опроса была использована анкета. Для анализа было отобрано 176 анкет. Вопросы анкеты были разделены на 3 блока и результаты были обработаны по каждому из них. Согласно опросу, средний возраст потребителей составил 41,4 года, более 27% респондентов вынуждены регулярно принимать антигистаминные препараты, 34,8% респондентов служащие, 24,3% – пенсионеры. В анкете 34,6% из числа потребителей отметили «эффективность» препарата в качестве основного фактора при выборе лекарственного средства, 29,5% – выбрали «цену» препарата. Респонденты, возраст которых старше 50 лет, выбрали безопасность препаратов, их число составило 18,8%. 17,6% респондентов больше интересовал престиж препарата, а также установлено, что преимущество принадлежит импортным препаратом.

**Ключевые слова:** маркетинговые исследования, спрос, предложение, анкета, социологическое исследование, анализ, потребитель, аллергические заболевания, ассортимент, антигистаминные лекарственные средства.

Антигистаминные препараты (АГП) являются препаратами первой линии терапии при большинстве аллергических заболеваний. Они относятся преимущественно к безрецептурным средствам, давно и прочно вошли в практику и применяются уже на протяжении более полувека. Часто выбор этих препаратов осуществляется эмпирически или даже отдается на откуп пациентам, однако есть множество нюансов, определяющих, насколько эффективен будет тот или иной препарат для конкретного пациента, а значит, к выбору этих средств необходимо подходить не менее ответственно, чем, например, к выбору антибиотиков [5].

Сегодня наблюдается растущий интерес покупателей в отношении современных фармацевтических продуктов к расширению своих валеологических знаний и заботе о своем здоровье. Они хотят больше знать о своих болезнях, их профилактике и лечении.

Чтобы повысить у потребителя чувство ответственности за собственное здоровье, необходимо осознавать важность современных методов профилактики и лечения для предотвращения возникновения или обострения заболеваний, необходимо знать так называемое «портретное» или «профильное» описание пациента [2].

Руководящие принципы Всемирной организации здравоохранения по исследованию употребления лекарственных средств обеспечивают основу для важности разнообразной информации, включая информацию о пациентах (пол, этническая принадлежность, другие заболевания, информация, мышление, мировоззрение) [3].

Основными направлениями маркетинговых исследований в исследовании потребительского рынка являются:

- «портрет» / «профиль» потребителя;
- причина покупки, система ценностей, цель потребления;
- осведомленность об уровне удовлетворения требований, информация о фармацевтических товарах и услугах;
- принятие решения о покупке,
- отношение к конкретным товарам в аптеке, оценка качества обслуживания и т.д. [1]

**Цель работы.** Изучить характеристики потребителей противоаллергических препаратов, а также собрать данные для улучшения предложения лекарств пациентам и разработать рекомендации для лечения ряда противоаллергических заболеваний.

**Методы исследования.** Одним из основных источников маркетинговых исследований являются результаты социологического опроса с помощью анкет. Для изучения спроса на безрецептурные и рецептурные антигистаминные препараты был проведен опрос потребителей в аптеках Ташкента.

**Результаты и их обсуждение.** Опрос общественного мнения проводился в сентябре-ноябре 2017 года. Анкеты были пронумерованы и разосланы по аптекам 204 анкеты. Из общего числа анкет были выделены недействительные, поврежденные или невозвращенные, то есть непригодные к рассмотрению. Сегментация потребительского рынка по таким характеристикам, как пол, возраст, социальный статус, доход создала возможность разделить потребителей лекарств, применяемых при аллергических заболеваниях, на несколько групп, стратифицировать существующие сегменты и выделить основные. Из заполненных анкет 28 были классифицированы как неполные или неправильно заполненные и признаны непригодными для анализа. Таким образом, были отобраны и проанализированы 176 анкет респондентов.

## Научный прогресс как ключевой фактор развития сферы знаний

Разработанная анкета состоит из 3-х блоков и включает следующие вопросы:

– блок 1 – описание респондента (пол, возраст, социальное происхождение, доход);

– блок 2 – отношение к здоровью и мнение о выборе антигистаминных средств;

– блок 3 – оценка спроса на антигистаминные препараты.

Выявлено, что при разделении потребителей по полу в общем числе респондентов преобладали женщины: 61,9% – женщины, 38,1% – мужчины.

По результатам опроса средний возраст потребителей составил 41,4 года несмотря на то, что в аптеку заходят разные возрастные группы населения: предприниматели, студенты, пенсионеры, домохозяйки и др.

Возможность покупать товары, в том числе лекарства, зависит от доходов населения. Известно, что каждый член семьи потребителей фармацевтической продукции имеет разный уровень доходов. Выяснилось, что около половины опрошенных заходили в аптеку по необходимости, более 27% респондентов постоянно нуждались в лекарствах и посещали аптеку 2 и более раз в месяц. Респонденты включали разные слои населения: служащие, пенсионеры, студенты, предприниматели, домохозяйки, временно безработные и другие.



Рис. 1 Результаты анализа состава респондентов

Большинство респондентов составили 34,8% служащие и 24,3% пенсионеры. Служащие составляют большую часть трудоспособного населения. Это, несомненно, увеличит продажи антигистаминных препаратов, отпускаемых без рецепта. Следует отметить, что отношение к своему здоровью у разных возрастных групп населения разное. Анализ данных социологического опроса потребителей показал, что более 42 человек (23,6%) имеют высшее и среднее специальное образование, что важно при подборе антигистаминных препаратов, необходимых для лечения или профилактики аллергических заболеваний. Проанализирована зависимость покупки лекарств от дохода покупателя, который показал, что стоимость лечения ложится на пациента и его близких

родственников. Анкетный опрос показал, что пациенты часто покупают более дешевые лекарства. 10,7% респондентов имеют среднемесячную заработную плату менее 700 000 сум. Покупатели с высокой заработной платой – это предприниматели, служащие, которые составили около 30,3% респондентов. Остальные покупатели с зарплатой от 700 000 до 1 млн сум вошли в группу, которая составила 59% из числа потребителей. Результаты подтвердили, что население с достаточным финансовым доходом больше тратит на лечение, поскольку от этого зависит их жизнь и деятельность.

В 2-м блоке респондентам задавались следующие вопросы: Что является основным фактором при выборе препарата? На данный вопрос 61 человек (34,6%) ответили, что основным фактором при выборе препарата из доступного ассортимента является «терапевтический эффект» препарата. Более 52 респондентов (29,5%) заявили, что главным фактором была «цена» препарата. Опрос респондентов показал, что факторами, влияющими на потребление безрецептурных препаратов, являются безопасность препарата: 32 человека (18,8%), возраст которых старше 50, обеспокоены безопасностью препарата, 31 респондент больше интересовался престижем препарата, что составило 17,6%.

Пожилых потребителей в возрасте старше 60 лет интересует не только безопасность препарата, но и удобство его использования.

Что касается стран-производителей антигистаминных лекарств 61,3% потребителей понравилась продукция зарубежных производителей, поскольку отечественных фармацевтических производителей на рынке мало.

На покупку антигистаминных препаратов в аптеке влияет несколько факторов:

- консультация врача;
- реклама;
- консультации фармацевта;
- советы знакомых и др.

В очередном блоке анкеты были внесены вопросы для выбора препарата. Анализ данных анкет показал что респонденты часто покупают лекарства по рекомендации врача: этот показатель составил 46,4% до 56,3% в зависимости от возрастной категории. При покупке антигистаминных препаратов советам врача следуют покупатели в возрасте старше 41 года, что составило 63,4% от опрошенных. Реклама фармацевтических компаний, особенно на телевидении, играет важную роль при покупке лекарств. Было обнаружено, что взрослые старше 50 и моложе 30 лет более склонны к рекламе. По результатам анализа 16,1% потребителей следуют советам фармацевта при выборе лекарственных средств.

Консультациями фармацевтов пользовались также посетители в возрасте от 31 до 45 лет (11,3%), которые не могли прийти на прием к врачу. При покупке лекарственных средств 7,1% респондентов больше полагались на свой личный опыт, чем другие.



## Научный прогресс как ключевой фактор развития сферы знаний

Пожилые люди (2,1%) в возрасте старше 60 лет при покупке фармацевтических товаров следуют больше советам знакомых.

Для изучения спроса на лекарства было предложено назначать безрецептурные антигистаминные препараты респондентам из аптек с оценкой: высокий (3 балла), средний (2 балла) и низкий (1 балл).

На безрецептурные антигистаминные препараты с высоким спросом приходилось 21 наименование, на лекарства с высоким спросом – 10 наименований, на препараты умеренного спроса – 8 наименований, на препараты с низким спросом – 3 наименования.

Таблица 2

### Уровень спроса на безрецептурные антигистаминные препараты

№	Дорожные	Дорожные	Импортируемые	Цены	Спросная баллы ( балл )
1	Зодак	Таблетка №30	Словакия	32200	3
		Сироп		57900	
		Томчи		54400	
2	Аллергетин	Таблетка №20	Узбекистан	17200	2
3	Диазолин	Таблетка №10	Узбекистан	1800	3
		Драже №20		5200	
		Суспензия		7500	
4	Аллергон	Таблетка №10	Узбекистан	6600	3
5	Аллергон	Таблетка №10	Китай	2500	3
6	Супрастин	Таблетка №20	Венгрия	18000	3
		Ампула № 5		19500	
7	Теринк	Таблетка №10	Турция	15000	2
		Сироп 100мл		25000	
8	Лордес	Таблетка №20	Узбекистан	35000	1
		Сироп		35000	
9	Л-цет	Таблетка №10	Индия	11000	1
10	Эласгин	Таблетка №10	Турция	63000	3
11	Икселар	Таблетка №10	Италия	15000	1
12	Преднизалон	Таблетка №100	Узбекистан	16000	2
		Ампула №5		5000	
		Мазь		4800	
13	Аллер Ж	Таблетка №20	Грузия	14000	3
14	Лоратадин	Таблетка №10	Швейцария	14000	3
15	Фенистил	Томчи	Швейцария	48000	2
		Гель 30гр		55000	
16	Лорд	Таблетка № 30	Индия	30000	1
17	Дексаметазон	Ампула №10	Узбекистан	8500	3
		Таблетка		11000	
18	Аллергин	Таблетка №15	Узбекистан	37000	2
19	Аллергозан	Таблетка №20	Болгария	10000	2
20	Аллермакс	Капсула № 20	Беларусь	19000	2
21	Супралин	Таблетка № 20	Узбекистан	14000	2

**Выводы.** Таким образом, было проведено социологическое исследование по изучению аспектов формирования спроса на антигистаминные препараты. Характеристика спроса изучались с помощью анкет. По результатам анализа анкет была выявлена группа препаратов, не пользующихся спросом из-за низкого потребления и высокой стоимости.

Результаты анализа показали, что реальные потребители противоаллергических препаратов решают купить препарат после осмотра врача и согласно его рекомендациям.

Исследование спроса на лекарства в аптеках показало, что у данного рынка есть замечательная перспектива для будущего развития, поскольку потребительские предпочтения ориентированы на дешевые лекарства, поэтому можно наблюдать рост потребления лекарств.

### Литература:

1. Дремова Н.Б. Маркетинг в аптеке: шаг за шагом. Практическое руководство. – М., 2008. – 198 с.
2. Мнушко З.И. Оценка отношения потребителей к седативным лекарственным средствам растительного происхождения // Провизор. – 2005. – № 23. – С. 14-16.
3. Фармацевтический маркетинг. Принципы, среда, практика / М.С. Смит [и др.]. – М., 2005. – 383 с.
4. Кондюрина Е.Г., Зеленская В.В. Антигистаминные препараты в контроле atopических заболеваний у детей // РМЖ. – 2012. – Т. 20. – № 2. – С. 56-57.
5. Гушин И.С. Перспективы совершенствования противоаллергического действия H1-антигистаминных препаратов // Лечащий врач. – 2009. – № 5.