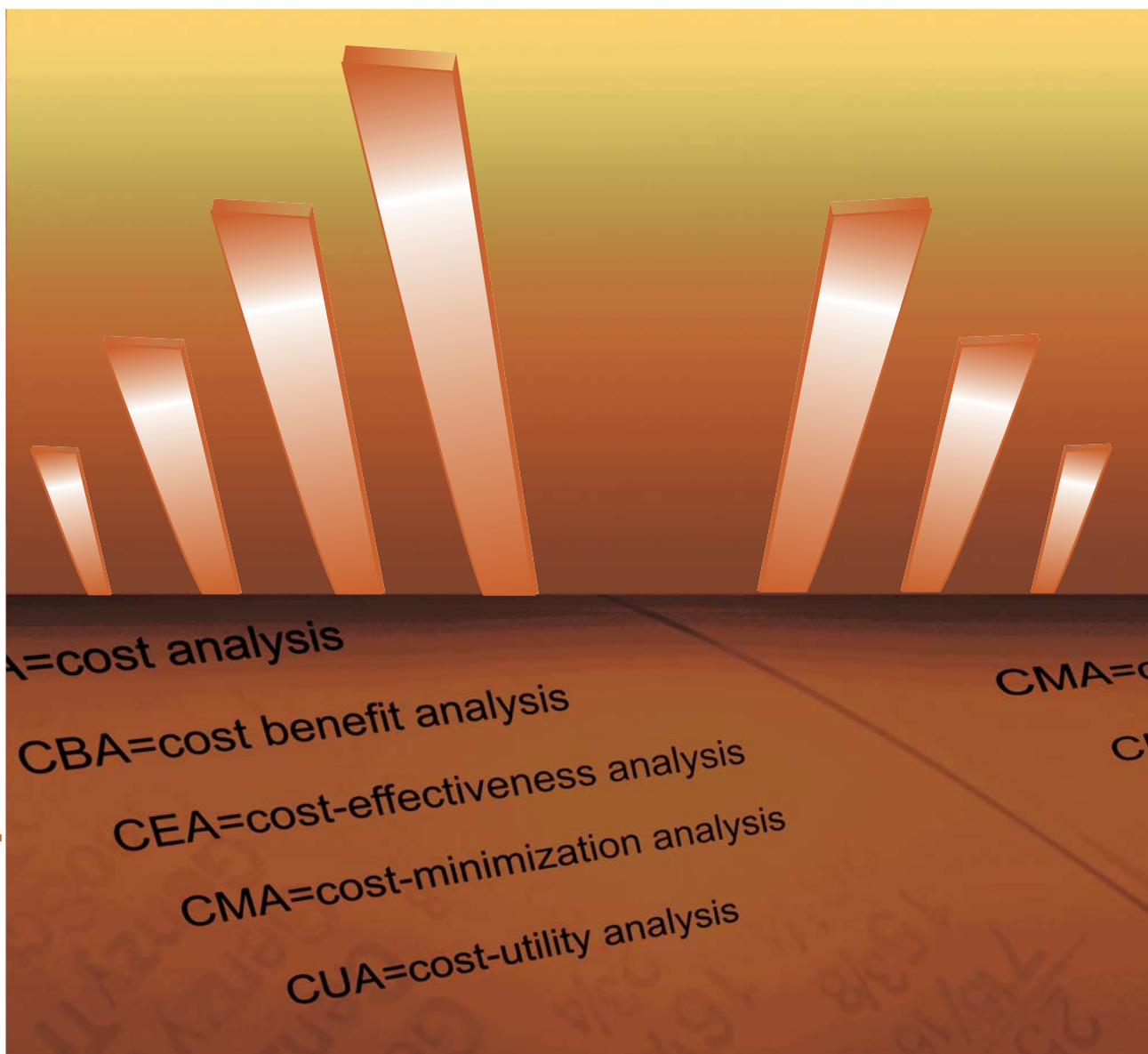


Фармакоэкономика

современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология

www.pharmacoeconomics.ru



- Экономическая оценка применения иммунокорректирующих препаратов для профилактики частых респираторных инфекций и их осложнений у детей младшего школьного возраста
- Результаты исследования ассортимента лекарственных средств, приобретаемых для оказания медицинской помощи в медицинских организациях стационарного типа

№ 2 Том
2014

Анализ рынка интраназальных глюкокортикостероидов Липецкого региона

Данилова К.В., Раздорская И.М.

ГБОУ ВПО «Курский государственный медицинский университет» Минздрава РФ

Резюме: в данной работе представлены результаты комплексного анализа препаратов группы интраназальных глюкокортикостероидов, применяемых для терапии широко распространенного заболевания – аллергический ринит. Разработан концептуальный подход, включающий анализ производственного признака, стоимостной анализ, методика расчета показателей эффективности для каждого препарата. В результате исследования нами выявлены лидеры продаж на рынке интраназальных глюкокортикостероидов г. Липецк: препараты Насобек – доля рынка 31,1%, Назонекс – доля рынка 26,4%, Авамис и Фликсоназе – 20,4 и 14,8% соответственно. Выявлены основные тенденции и особенности фармацевтического рынка интраназальных глюкокортикостероидов города Липецка.

Ключевые слова: аллергический ринит, интраназальные глюкокортикостероиды, анализ по производственному признаку, стоимостной анализ, показатели эффективности.

Аллергический ринит (АР) – одно из самых распространенных аллергических заболеваний взрослых и детей [5,7]. Основными фармакологическими группами для лекарственной терапии АР являются антигистаминные препараты и интраназальные глюкокортикостероиды (ИнГкс) [1,2]. Сравнительная новизна применения последних и недостаточная изученность регионального рынка (Липецкая обл.) стали основанием для детального изучения ИнГкс.

Материалы и методы

Методологическую основу работы составили современные концепции маркетинговых, фармакоэпидемиологических и фармакоэкономических исследований фармацевтического рынка, работы отечественных и зарубежных авторов по изучению рынка, ассортимента, а также по анализу лекарственного обеспечения пациентов.

В процессе исследования нами использованы следующие методы: статистический, маркетинговый, сравнительный анализ, а также методы фармакоэкономики (анализ стоимости болезней).

Нами разработан концептуальный подход, включающий три этапа комплексного анализа рынка ИнГкс:

1. Анализ производственного признака.
2. Стоимостной анализ по предельным отпускным ценам Госреестра.
3. Расчет для каждого препарата основных показателей эффективности.

Результаты и их обсуждение

Анализ по производственному признаку показал, что доля импортных препаратов составила 90,9%, а доля отечественных пре-

паратов – 9,1%. География стран-производителей весьма разнообразна: Бельгия и Испания – по 18,2%; Великобритания, Финляндия, Словения, Израиль, Чешская республика, Италия, Россия – по 9,09%. Наибольшее число представленных препаратов принадлежат компании GSK (GlaxoSmithKline) – 27,2%; по 18,2% занимают препараты компаний MSD (Merck Sharp & Dohme) и TEVA; препараты компаний Chiesi, LEK, Орион Фарма и Пульмомед занимают по 9,1%.

Стоимостный анализ [6,8,9,10,11] по предельным отпускным ценам Госреестра позволил установить, что стоимость ИнГкс варьирует в ценовом диапазоне от 150 до 700 руб. (см. табл. 1).

Анализ ценовых сегментов ИнГкс показал, что более половины препаратов имеют среднюю цену 200-500 руб., тогда как дешевые ЛП (до 200 руб.) малочисленны – 27,3%.

Основные показатели эффективности для каждого препарата анализируемой группы рассчитывали по следующим формулам [3,4]:

Growth (%) – рост по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года, рассчитывается по формуле

$$\text{Growth} = \left(\frac{X}{Y} - 1 \right) * 100\%,$$

где X – уровень потребления в отчетном периоде; Y – уровень потребления год назад.

Market share, или MS (%) – доля продукта на рынке:

$$\text{MS} = \left(\frac{B}{A} \right) * 100\%,$$

где A – уровень потребления всего рынка; B – уровень потребления продукта на рынке.

Evolution Index, или EI – индекс эволюции – рост продукта по сравнению с ростом рынка:

$$\text{EI} = \left(\frac{M}{N} \right) \div \left(\frac{K}{L} \right) * 100,$$

где K – уровень потребления рынка в отчетном периоде;

Стоимость лекарственного препарата, руб.	Доля сегмента, %
До 200	27,3
От 201 до 300	36,3
От 301 до 500	27,3
От 501 до 700	9,1

Таблица 1. Доли сегмента по стоимостному анализу препаратов группы ИнГкс.

Наименование препарата	Абсолютное значение в упаковках (Actual)	Рост продукта на рынке Growth, %	Доля продукта на рынке MS, %	Индекс Эволюции EI, %
Назонекс	752	11	26,4	93
Авамис	581	272	20,4	314
Фликсоназе	422	43	14,8	120
Тафень назаль	16	-43	0,6	48
Насобек	886	4	31,1	88
Назарел	90	246	3,2	292
Альдецин	0	-100	0	0
Ринокленил	101	-52	3,5	40
Беклометазон	0	0	0	0
Бенарин	0	0	0	0
Беконазе	0	0	0	0

Таблица 2. Значения показателей рынка ИнГкс города Липецк за анализируемый месяц 2011 г.

L – уровень потребления рынка год назад в отчетном периоде;
M – уровень потребления продукта на рынке в отчетном периоде;

N – уровень потребления продукта на рынке год назад в отчетном периоде.

В таблице 2 представлены основные показатели рынка ИнГкс г. Липецка за ноябрь 2011 г.

В результате исследования нами выявлены лидеры продаж на рынке ИнГкс г. Липецк: препараты Насобек – доля рынка 31,1%, Назонекс – доля рынка 26,4%, Авамис и Фликсоназе – 20,4 и 14,8% соответственно. Тенденции по распределению долей рынка препаратов группы ИнГКС на региональном рынке города Липецк сохраняются в периодах квартала и года, также проанализированных нами. Препарат с самым высоким индексом эволюции – Авамис – имеет такой высокий индекс вследствие недавнего выхода на рынок и частичным «замещением» своего предшественника, препарата той же компании GSK Фликсоназе. В таблице присутствуют препараты с отрицательным значением доли рынка, скорее всего, это говорит о том, что Тафен назаль, Альдецин и Ринокленил постепенно уходят с рынка, так как действующим веществом представленных препаратов является Беклометазон – ИнГкс, с высокой биодоступностью и соответственно большим количеством побочных эффектов. Бенарин, Беконазе и Беклометазон на рынке Липецка не представлены, эти препараты также «устарели» и имеют массу побочных эффектов; однако данные препараты еще можно встретить в аптеках нашей страны.

Выводы

Благодаря проведенному нами комплексному анализу фармацевтического рынка ИнГкс г. Липецка выяснено, что на рынке представлены как современные, высокоэффективные и безопасные препараты, так и их предшественники. Возможно, это связано с предпочтением пациентов и врачей, с ценовой чувствительностью покупателей, или же с тем, что большинство потребителей не получают достоверную информацию и просто не видят разницы между этими препаратами. Наличие в лидерах продаж несовершенных и небезопасных препаратов требует изучения информационных потребностей врачей, фармацевтов и больных аллергическим ринитом.

Литература:

1. ARIA. Аллергический ринит и его влияние на бронхиальную астму. Аллергология. 2001; 3: 43-56.
2. Бородин А.И., Овчинников Э.М. Эколого-экономические проблемы техногенного воздействия загрязнения на заболеваемость населения. Фармакоэкономика. Современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология. 2012; 1: 28-29.
3. Данилин О.В. Принципы разработки ключевых показателей

эффективности для промышленных предприятий и практика их применения. Управление компанией. 2003; 2: 17-23.

4. Дремова Н.Б., Литвинова Т.М. Формирование концепции фармацевтической помощи больным раком молочной железы. Курский научно-практический вестник «Человек и его здоровье». Курск. 2001; 7: 9-19.

5. Зайцева О.В. Качество жизни пациентов с аллергическими заболеваниями. Основные принципы эффективной и безопасной терапии. Руководство для врачей. М. 2009; 70 с.

6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: анализ, планирование, внедрение, контроль. пер. с англ. 2-е изд. СПб. 1999; 896 с.

7. Лопатин А.С. Аллергический ринит: определение, классификация, дифференциальная диагностика. Русский медицинский журнал. 2002; 3.

8. Овод А.И., Дремова Н.Б. Маркетинговый анализ лекарственных средств для лечения онкоурологических больных. Новая аптека. 2004; 12: 27-34.

9. Сергеева Н.М. Маркетинговые исследования рынка лекарственных средств, применяющихся в здравоохранении с профилактической целью. Автореф. дис. ...канд. фарм. Наук. Курск. 2000; 22 с.

10. Хейг П., Хейг Н., Могран К.Э. Маркетинговые исследования на практике: основные методы изучения рынка. Пер. с англ. Днепрпетровск. 2005; 312 с.

11. Черкасова Н.Ю., Фомина А.В., Филиппова О.В. Анализ рынка лекарственных средств для лечения дисменореи. Фармакоэкономика. Современная фармакоэкономика и фармакоэпидемиология. 2013; 3: 36-40.

References:

1. ARIA. Allergic rhinitis and its impact on asthma [Allergicheskii rinit i ego vliyaniye na bronkhial'nyuyu astmu. Allergologiya]. 2001; 3: 43-56.
2. Borodin A.I., Ovchinnikov E.M. *Farmakoeconomika. Sovremennaya farmakoeconomika i farmakoepidemiologiya*. 2012; 1: 28-29.
3. Danilin O.V. *Upravlenie kompaniei*. 2003; 2: 17-23.
4. Dremova N.B., Litvinova T.M. *Kurskii nauchno-prakticheskii vestnik «Chelovek i ego zdorov'e»*. Kursk. 2001; 7: 9-19.
5. Zaitseva O.V. Quality of life in patients with allergic diseases. Basic principles of effective and safe therapy. Guidance for doctors [Kachestvo zhizni patsientov s allergicheskimi zabolovaniyami. Osnovnye printsipy effektivnoi i bezopasnoi terapii. Rukovodstvo dlya vrachei]. M. 2009; 70 s.
6. Kotler F. Marketing Management: Analysis, planning, implementation and control. lane. from English. 2nd ed [Marketing menedzhment: analiz, planirovanie, vnedrenie, kontrol'. per. s angl. 2-e izd]. St. Petersburg. 1999; 896 s.

7. Lopatin A.S. *Russkii meditsinskii zhurnal*. 2002; 3.
8. Ovod A.I., Dremova N.B. *Novaya apteka*. 2004; 12: 27-34.
9. Sergeeva N.M. *Marketingovye issledovaniya rynka lekarstvennykh sredstv, primenyayushchikhsya v zdravookhraneni s profilakticheskoi tsel'yu*. Doct, Diss. (Marketing research of medicines used in health care as a prophylactic measure). Dr. diss. Kursk. 2000; 22 s.
10. Kheig P., Kheig N., Mogran K.E. Marketing research in practice: basic methods of market research. Translated from English [*Marketingovye issledovaniya na praktike: osnovnye metody izucheniya rynka. Per. s angl*]. Dnepropetrovsk. 2005; 312 s.
11. Cherkasova N.Yu., Fomina A.V., Filippova O.V. *Sovremennaya farmakoekonomika i farmakoepidemiologiya*. 2013; 3: 36-40.

THE ANALYSIS OF THE LIPETSK PHARMACEUTICAL MARKET OF NASAL GLUCOCORTICOSTEROID

Danilova K.V., Razdorskaya I.M.

Kursk State University of Medicine

Abstract: in the present paper we have studied a group of pharmaceutical drugs used in the treatment of a widely spread today medical condition – allergic rhinitis. We have developed a conceptual approach to the analysis of the local market, which allowed us to elicit the main trends and peculiarities of the pharmaceutical market of nasal glucocorticosteroids of Lipetsk. As a result of research we identified the leaders of sales on the market nasal glucocorticosteroid, Lipetsk: drugs Nasobek market share – 31.1%, Nasonex with a market share of 26.4%, Awami and Flixonase – 20.4% and 14.8%, respectively.

Key words: *allergic rhinitis, nasal glucocorticosteroid, cost analysis, success rates.*