

Фармацевтический рынок – быстро растущая ниша бизнеса, да и доходность у него неплохая. Он развивается, несмотря на общую малоблагоприятную ситуацию в экономике в целом. Темпы его роста до 10% в год. Однако российской фармотрасли присущи, в том числе, и такие черты, как многочисленные диспропорции, высокие темпы роста цен, избыточная «регулируемость». Проблемы отечественного фармрынка рассмотрели эксперты отрасли во время очередного заседания РАФМ, прошедшего 3 апреля. Основными потребителями фармпромышленности в России являются наименее социально защищенные слои населения, для которых важна доступность лекарств. Но, как заметил директор подразделения «Здравоохранение» ООО «Синовейт Комкон», сопредседатель координационного совета РАФМ Олег Фельдман, «лекарственные препараты в России – не отклик на конкретные потребности потребителя, а маркетинг. И хотя фарме живется не очень плохо, но сколько это может продлиться?». Нельзя не отметить, что только в нашей стране столь велика роль рекламы и отсутствуют жесткие стандарты лечения. Помимо этого, для России характерно недоверие врачам, высокий процент предпочитающих самолечение граждан, а также высокая доля контрафактной, некачественной продукции, угрожающей здоровью потребителей. Выбор пути

Исследование методов и путей лечения, проведенное недавно в течение 3 месяцев компанией «Синовейт Комкон» в 11 российских городах с населением больше 100 000 человек, по словам Олега Фельдмана, показало, что население предпочитает в нынешних условиях здравоохранения обращаться амбулаторно к врачам только в случаях тяжелых заболеваний. Чаще это бывает посещение терапевтов и стоматологов. Но выполняют ли пациенты рекомендации врача по приему лекарств? Как оказалось, самыми послушными, («комплаентными») являются пациенты урологов, выполняющие предписания в 75% случаев. А вот больные с терапевтическими недугами принимают назначенные лекарства только в 50% назначений. Чаще всего посещают врачей пациентки с астмой или сахарным диабетом. Основная масса посетителей поликлиник – это либо совсем молодые пациенты (под присмотром родителей), либо пожилые россияне. В основном пациенты предпочитают покупать лекарства в аптеке по своему усмотрению. Либо они уже знают название препарата, либо просто описывают симптом фармацевтам.

Еще один фактор, присущий РФ – продажа рецептурных препаратов без рецептов. Доля лекарств, купленных самостоятельно, без посещения врача, составляет на рынке более 42%. А вот по рецептам покупают препараты пациенты эндокринологов, кардиологов, психиатров и невропатологов.

Диспропорционально могут продаваться препараты в зависимости от того, кто оплачивает лекарство. Так, для льготников, больных гипертонией бесплатны препараты АПФ, и разница продаж составляет между продажами для льготных категорий и в коммерческих отделах более 10%. Для льготников с гипертонией продают больше нитратов, а в коммерческой продаже назначают больше современных статинов для этой же категории больных. Как пояснил Олег Фельдман, эти конкретные назначения зависят только от активности игроков на фармрынке, а не от заболеваемости и не от трендов мирового рынка. Современных статинов в коммерческой продаже врачи назначают до 30% пациентов, а для льготных пациентов назначают только 13% больных. Когда в Украине, а затем во время пилотного проекта в Кировской области РФ проводится возмещение 90% стоимости лекарств для гипертоников, но не проводится для страдающих ишемией, то количество гипертоников увеличилось, а больных с

ишемией сократилось.

Реклама без обмана?

Руководитель сектора по работе с рекламодателями TNS Россия Лилия Владимировна заметила, что самым быстрым темпом растет реклама в Интернете, за год она увеличилась на 27%, что при любви россиян к самолечению не безопасно. В целом реклама лекарств и БАД прибавила 22%, и обогнала по темпам рекламу косметики, ритейл, автотранспорт и кондитерские изделия. Впервые в ТОП-10 наряду с гигантами рекламы «Проктер энд Гембл» и «Данон» вошел фармгигант «Новартис». Среди самых активных рекламодателей компании «Новартис», «Фармстандарт», «Эвалар», «Берлин Хеми», «Баер», на которые приходится более 30% рекламных бюджетов. В целом в 2013 году он составил в РФ по разделу «Фарма» 327,8 млрд руб. (2012г. – 297 млрд руб.). Как сказала Лилия Владимировна, «9 из 10 больных россиян принимают лекарства во время болезней, но только 5 из них делают это по назначению врача». Среди других негативных факторов независимый эксперт, врач Галина Дитина назвала недостаточную географическую доступность препаратов, выдуманные диагнозы, промоцию лекарств оф-лейбл со стороны фармкомпаний, использования вместо медицинских назначений «сарафанного радио», самостоятельный поиск лекарств в Интернете и отпуск препаратов без рецептов.

Как отметил директор Центра социальной экономики Давид Мелик-Гусейнов, в последующие годы система выравнивания фармрынка зависит более всего от ситуации в каждом отдельно взятом регионе. Спасение же может прийти только от развития целевых медпрограмм, так как, по мнению эксперта, «в РФ теперь 85 регионов и 85 систем здравоохранения, отличных друг от друга». Главной диспропорцией российского фармрынка генеральный директор IMS Health Россия и СНГ Николай Демидов считает тот факт, что 33% всех рецептурных лекарств и 63% всех препаратов, продающихся в розницу, россияне вынуждены оплачивать из своего кармана. Николай Демидов привел пример влияния регулирования государства на продажи препаратов: « В 2004г настойки боярышника было продано 135 млн упаковок, и она лидировала в продажах. В 2014 году после ограничений, введенных государством на продажу спиртовых настоек, это «лекарство» спустилось на 525 место, а лидируют «иммунокорректоры» когацел и инговерин. Тот же процесс произошел с кодеиносодержащими анальгетиками. Как только был введен запрет, их продажи упали, но выросли соответственно продажи обезболивающих лекарств без кодеина».

РИА АМИ