

УДК: 615. 243: 658. 85

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ СЕДАТИВНОГО ДЕЙСТВИЯ**Андреева Н.А., Ивченко О.Г., Кабакова Т.И.***ГБОУ ВПО «Пятигорская государственная фармацевтическая академия» Минздравсоцразвития России, Пятигорск, e-mail: kabtais@mail.ru*

Проведено маркетинговое исследование рынка лекарственных препаратов (ЛП) седативного действия. Результаты контент-анализа показали, что на российском фармацевтическом рынке зарегистрировано 96 наименований седативных ЛП безрецептурного отпуска. Изучена структура седативных ЛП по странам производителя, происхождению, формам выпуска. Рассчитаны коэффициенты полноты ассортимента седативных ЛП и выявлены их основные поставщики на региональном фармацевтическом рынке. Определены средние цены на ЛП седативного действия. Установлены основные факторы конкурентоспособности седативных ЛП безрецептурного отпуска.

Ключевые слова: лекарственные препараты, безрецептурный отпуск, фармацевтический рынок, контент-анализ, седативное действие, ассортимент

MARKETING ANALYSIS OF SEDATIVE MEDICINES**Andreeva N.A., Ivchenko O.G., Kabakova T.I.***Pyatigorsk state pharmaceutical academy, Pyatigorsk, e-mail: kabtais@mail.ru*

Marketing research of sedative medicines has been carried out. By the results of content-analysis in Russian pharmaceutical market have been registered 96 trade names of OTC sedative medicines. The structure of origin, medicinal forms and manufacturing of OTC sedative medicines has been studied. The coefficients of the completeness of the assortment sedative drugs have been calculated, their main distributors for the regional pharmaceutical market have been identified. The average price of sedative medicines has been determined. The key factors of competitiveness of OTC sedative medicines have been identified.

Keywords: medicines, OTC, pharmaceutical market, content-analysis, sedative effect, assortment

Современный фармацевтический рынок России характеризуется неуклонным ростом товарной номенклатуры. В течение последнего десятилетия произошло значительное расширение, пополнение и углубление ассортимента всех основных групп медицинских и фармацевтических товаров. Особенно выражена эта тенденция для лекарственных препаратов (ЛП). Увеличение товарной номенклатуры в большой степени связано с регистрацией на фармацевтическом рынке России большого количества воспроизведенных препаратов – дженериков зарубежных и отечественных производителей. Это существенно увеличило возможность выбора необходимых ЛП с учетом современных подходов к фармакотерапии различных патологических состояний, индивидуальных особенностей течения болезней, потребительских предпочтений конечных потребителей [3, 4, 9].

Для фармацевтических работников, организующих лекарственное обеспечение населения и медицинских организаций, актуальной проблемой является формирование рациональной ассортиментной политики, способствующей как удовлетворению потребностей потребителей, так и укреплению рыночных позиций фармацевтической организации [1, 6, 7].

С этой целью проведено изучение регионального рынка лекарственных препаратов седативного действия, отпускаемых из аптечных организаций без рецепта врача.

Объектами исследования явились: 79 аптечных организаций Южного (города Волгоград и Ростов-на-Дону) и Северо-Кавказского (города Кавказских Минеральных Вод (КМВ): Эссентуки, Железноводск, Кисловодск, Пятигорск) федеральных округов.

В блоке маркетинговых исследований седативных ЛП безрецептурного отпуска (БРО) главным направлением являлось изучение ассортимента, потребительских свойств и конкурентоспособности лекарственных препаратов. Предварительно с помощью контент-анализа, являющегося формализованным методом количественного анализа документов (специальная литература, прайс-листы, счета, накладные и др.), был проанализирован ассортимент седативных ЛП БРО.

Анализ показал, что фармацевтический рынок седативных лекарственных препаратов безрецептурного отпуска России представлен 96 наименованиями, в том числе 57 наименований (59,4%) – отечественного производства; 39 наименований (40,6%) – импортного производства (табл. 1).

Как следует из данных табл. 1, рынок седативных лекарственных препаратов безрецептурного отпуска представлен товарами 12 стран-производителей. Лидерами по предложению лекарственных препаратов данной группы в России являются: Российская Федерация – 59,4%, Германия – 17,7%, Словения – 7,3%.

Таблица 1
Структура количества седативных лекарственных препаратов по странам-производителям на фармацевтическом рынке России

Страны-производители	Количество препаратов	
	число препаратов, ед.	удельный вес, %
Россия	57	59,4
Германия	17	17,7
Словения	7	7,29
Чехия	3	3,13
США	2	2,08
Бельгия	2	2,08
Австрия	2	2,08
Франция	2	2,08
Польша	1	1,04
Венгрия	1	1,04
Швейцария	1	1,04
Украина	1	1,04
Всего	96	100,0

Следует отметить, что из 96 наименований седативных ЛП БРО – 10 синтетиче-

ского происхождения, 71 – растительного происхождения, 15 – гомеопатические лекарственные препараты (табл. 2).

Среди ЛП седативного действия наибольшую долю составляют препараты растительного происхождения, содержащие валериану лекарственную – 29 наименований (30,2%).

Седативные ЛП БРО выпускаются в различных лекарственных формах. Ряд торговых наименований ЛП седативного действия выпускается одновременно в 2–3 видах лекарственных форм. Наибольший удельный вес в общей номенклатуре занимают твердые лекарственные формы: таблетки (90,6%), драже, порошки (33,3%), далее следуют капли (26,0%) и растворы для внутреннего применения (14,6%).

Основными российскими производителями седативных лекарственных препаратов безрецептурного отпуска являются «Московская фармацевтическая фабрика», «Тверская фармацевтическая фабрика», «ЮКОлаб», «Борисовский завод медицинской промышленности» и «ICN», которые выпускают галеновые препараты с достаточно низкой стоимостью, чем привлекают постоянных клиентов.

Таблица 2
Количественная характеристика седативных лекарственных препаратов безрецептурного отпуска

Безрецептурные седативные препараты	Отечественного производства		Зарубежного производства		Всего	
	число наименований, ед.	уд. вес, %	число наименований, ед.	уд. вес, %	число наименований, ед.	уд. вес, %
Синтетические	9	9,4	1	1,0	10	10,4
Растительные	39	40,6	32	33,3	71	73,9
– в т.ч. содержащие валериану	13	13,6	14	14,6	27	28,2
Гомеопатические	9	9,4	6	6,3	15	15,7
– в т.ч. содержащие валериану	1	1,0	1	1,0	2	2,0
Итого	57	59,4	39	40,6	96	100

Небольшую часть рынка седативных препаратов занимают гомеопатические лекарственные средства. За последние годы возможность использования гомеопатических препаратов (ГП) увеличилась за счет создания лабораторно разработанных комплексов, позволяющих получить быстрый терапевтический эффект.

Основным производителем ГП является Россия, которая производит 60% гомеопатических препаратов, представленных на внутреннем фармацевтическом рынке. На втором месте по производству седативных ГП находится Германия, поставляющая в Россию 20% наименований гомеопатических лекарственных препаратов.

Ассортимент седативных лекарственных препаратов безрецептурного отпуска на реги-

ональном фармацевтическом рынке Ставропольского края, значительно меньше перечня этой группы ЛП, официально зарегистрированных в России. Товарный ассортимент, а точнее его полнота, имеет важное социально-экономическое значение, так как его качество определяет полноту удовлетворения потребительского спроса. Узкий ассортимент может быть одним из факторов, сдерживающих процесс удовлетворения индивидуальных потребностей каждого потребителя. Определение оптимального ассортимента является ключевым моментом экономической деятельности каждой аптечной организации и позволяет обеспечить ее максимальную экономическую эффективность. Для маркетинговой характеристики ассортимента был рассчитан коэффициент полноты, который вычисляется

как соотношение числа ассортиментных позиций лекарственных препаратов, обладающих седативным действием и имеющих на фармацевтическом рынке (полнота фактическая), к числу зарегистрированных в России ЛП, обладающих седативным (полнота базовая):

$$K_{\Pi} = \frac{\Pi_{\text{факт}}}{\Pi_{\text{базов}}}$$

$\Pi_{\text{базов}}$ для седативных ЛП БРО составляет 96 наименований.

Установлено, что наибольшее значение коэффициента полноты наблюдалось в аптеках КМВ – 0,849 или 84,9%, далее следует коэффициент полноты в аптеках г. Волгограда – 0,642 или 64,2%, самый низкий коэффициент полноты в аптеках города Ростова-на-Дону – 0,509 или 50,9%. Рассчитанные коэффициенты показывают, что только в аптеках городов Кавказских Минеральных Вод присутствует достаточное количество седативных лекарственных средств безрецептурного отпуска.

Основным поставщиком лекарственных препаратов седативного действия в субъекты Южного и Северо-Кавказского федеральных округов являются ЗАО «Протек», ЗАО СИА Интернейшнл, ООО компания «Донской госпиталь», ЗАО «Аптека-Холдинг», ООО «Фарма-Сфера», Армавирская аптечная база.

Как показал анализ розничных цен препаратов седативного действия безрецептурного отпуска в аптечных организациях, имеется значительный разброс цен на одно и то же наименование (табл. 3).

При разделении всего ассортимента седативных лекарственных препаратов безрецептурного отпуска на группы было выявлено, что 47,4%, то есть почти половина имеют стоимость до 50 руб.; 21,1% – от 51 до 100 руб.; 17,5% – от 101 до 200 руб. и свыше 201 руб. – 14,0%. Это дает возможность потребителям с низким уровнем дохода свободно приобретать седативные лекарственные препараты в аптеке.

Импортные аналоги отличаются более высоким качеством лекарственной субстанции за счет более технологичного производственного процесса, а также более удобной лекарственной формой (например, капсулы, шипучие таблетки) и высокой биодоступностью [8].

В ассортименте седативных лекарственных препаратов безрецептурного отпуска присутствуют как монокомпонентные (21 наименование – 21,9%), так и комбинированные лекарственные препараты (75 наименований – 78,1%).

На основании маркетингового анализа нами построен ассортиментный макрокон-

тур седативных ЛП безрецептурного отпуска (рисунок).

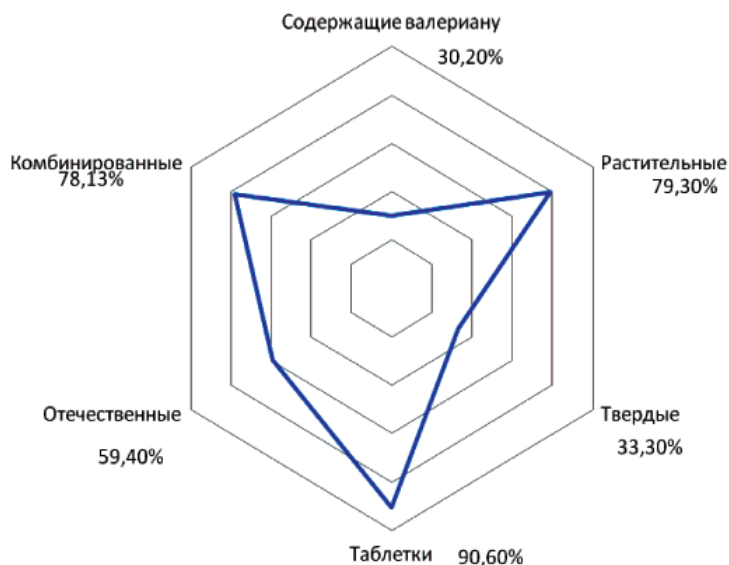
Таблица 3

Средние цены на отдельные лекарственные препараты седативного действия безрецептурного отпуска в городах Кавказских Минеральных Вод, Ростова-на-Дону и Волгограде

Наименование ЛП	Средняя цена, руб.		
	КМВ	Ростов-на-Дону	Волгоград
Адонис-бром, табл.	11,71	11,67	15,51
Валерианы экстр, табл.	7,34	8,25	9,05
Валиодикрамен, капли	53,09	47,00	49,20
Валокордин, капли	40,29	37,58	40,58
Доппельгерц Мелисса	166,80	130,00	123,70
Капли Зеленина	6,47	7,17	6,80
Ново-Пассит, раствор	82,29	76,50	69,31
Ново-Пассит, табл.	90,25	79,75	74,29
Нотга, капли	204,16	183,67	191,70
Персен, табл.	124,17	128,67	122,44
Персен-форте, капли	132,69	117,33	113,37
Пустырника настойка	8,58	8,50	8,38

На рисунке показано, что на фармацевтическом рынке России в основном присутствуют ЛП седативного действия отечественного производства – 59,4%; комбинированного состава – 78,1%, растительного происхождения – 73,9%, в том числе, содержащие валериану лекарственную – 30,2%; твердые лекарственные формы – 33,3%, в том числе таблетки – 90,6%. Следовательно, отечественный фармацевтический рынок предлагает целевому сегменту потребителей значительный ассортимент седативных лекарственных препаратов безрецептурного отпуска.

Необходимо отметить, что рационально сформированный ассортимент с учетом конкурентоспособности товара определяет качество удовлетворения покупательского спроса. К факторам конкурентоспособности относят качество товара (лекарственного препарата) и его соответствие спросу; себестоимость; дизайн и рекламные мероприятия; формы продвижения товара и обслуживание потребителей [2, 5, 10].



Ассортиментный макроконтур российского фармацевтического рынка седативных лекарственных средств безрецептурного отпуска

Для лекарственных препаратов наиболее важными факторами конкурентоспособности являются следующие:

- Терапевтическая эффективность и безопасность лекарственных препаратов (отсутствие побочных эффектов, неблагоприятных последствий лечения);
- Стоимостной показатель (цена);
- Рациональность лекарственной формы, дозировки, упаковки;
- Продолжительность курса лечения и т.д.

Лекарственные препараты как товар имеют ряд особенностей. Одной из таких особенностей является то, что спрос на них формируется как самими покупателями, так и врачами. Поэтому оценку основных показателей конкурентоспособности необходимо проводить в форме опроса как врачей, так и самих потребителей.

При оценке конкурентоспособности лекарственных препаратов нужно учитывать наличие препаратов, содержащих одинаковые действующие вещества разных фирм-производителей. Для этого целесообразно проводить маркетинговый анализ предпочтений по таким показателям, как сравнительный анализ терапевтической эффективности лекарственных препаратов, выраженности побочных эффектов, формы выпуска, дозировки, способа применения и др.

Таким образом, анализ отдельных показателей конкурентоспособности лекарственных препаратов позволяет выделить их ассортимент, имеющий наилучшие потребительские и наименьшие стоимостные характеристики (при одинаковых потребительских, то есть качественных характеристиках), и сформировать оптимальный ассортимент лекарственных препаратов седативного действия БРО в

аптечной организации для наиболее полного удовлетворения потребности покупателей.

Список литературы

1. Безрецептурный отпуск лекарственных средств в системе самопомощи и самопрофилактики / Л.В. Мошкова [и др.]. – М.: МЦРЭФ, 2001. – 314 с.
2. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. – 2-е изд. – М.: Финпресс. – 2000. – 464 с.
3. Демидов Н.В. Безрецептурные препараты: остова свободы в бурном океане российского фармацевтического рынка // Новая аптека. Эффективное управление. – 2011. – №1. – С. 35–40.
4. Дремова Н.Б. Комплексный подход в исследовании маркетинговых позиций лекарственных средств / Н.Б. Дремова, А.М. Николаенко, И.И. Совершенный // Новая аптека. Эффективное управление. – 2009. – №8. – С. 47–51.
5. Дремова, Н.Б. Маркетинг в аптеке: шаг за шагом. Практическое руководство / Н.Б. Дремова. – М.: МЦФЭР, 2008. – 198 с.
6. Минушко З.И. Оценка отношения потребителей к седативным лекарственным средствам растительного происхождения // Провизор. – 2005. – №23. – С. 14–16.
7. Морохина С.А. Изучение седативного эффекта успокоительных сборов / С.А. Морохина, Р.Н. Аляутдин, А.А. Сорокина // Фармация. – 2010. – №6. – С. 39–41.
8. Недоговорова К.В. Снотворные и седативные лекарственные препараты. Мониторинг аптечных продаж // Новая аптека. Эффективное управление. – 2009. – №10. – С. 12–13.
9. Нормативно-правовые аспекты регулирования обращения лекарственных средств в Российской Федерации / А.Н. Миронов [и др.] // Фармация. – 2011. – №3. – С. 3–5.
10. Фармацевтический маркетинг. Принципы, среда, практика / М.С. Смит [и др.]. – М.: Литерра, 2005. – 383 с.

Рецензенты:

Молчанов Г.И., д.фарм.н., профессор кафедры экономики и управления Пятигорского филиала Российского государственного торгово-экономического университета, г. Пятигорск;

Бат Н.М., д.фарм.н., профессор кафедры фармации ГОУ ВПО «Кубанский государственный медицинский университет Минздравоохранения России», г. Краснодар.

Работа поступила в редакцию 05.09.2011.