

УДК 615.12:614.27:616.39

ФАРМАКОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК, РЕАЛИЗУЕМЫХ ЧЕРЕЗ АПТЕЧНУЮ СЕТЬ*¹О.В. Белоусова, ¹Е.А. Белоусов, ¹В.О. Бондаренко, ²М.М. Карасев*¹Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород²Орловский государственный университет, г. Орёл**PHARMACOECONOMIC ANALYSIS OF MARKET OF BIOLOGICALLY ACTIVE ADDITIVES MERCHANDIZED IN PHARMACY ORGANIZATIONS***¹B.V. Belousova, ¹E.A. Belousov, ¹V.O. Bondarenko, ²M.M. Karasev*¹Belgorod State National Research University, Belgorod²Oryol State University, Oryol

E-mail: belousova_ov@bsu.edu.ru

Исследование посвящено оценке реализации биологически активных добавок аптечными учреждениями города Белгорода на основе методов фармакоэкономического анализа. Выявлены наиболее предпочтительные группы с точки зрения экономической выгоды.

Ключевые слова: рынок БАД, фармакоэкономический анализ.

На региональном фармацевтическом рынке Белгородской области представлен широкий спектр биологически активных добавок (БАД). В сложившихся условиях актуальным становится поиск эффективного пути решения проблемы, связанной с необходимостью коррекции оптимизации пищевого рациона, т.е. внедрение в рацион питания человека БАД.

БАД, как правило, не имеют пищевого значения, то есть они не участвуют в обмене веществ, построении тканей, органов и систем. Однако, БАД являются важным элементом на пути укрепления здоровья, профилактики и лечения многих заболеваний. Установлено, что применение БАД способствует профилактике диабета, атеросклероза и сердечно-сосудистых заболеваний, рака – то есть заболеваний, которые определяют уровень смертности в большинстве развитых стран [1,3].

The study focuses on the evaluation of the use of biologically active additives in pharmacies in Belgorod on the basis of pharmacoeconomic analyzes. We have identified preferred groups in terms of economic profitability.

Keywords: BAS market, pharmacoeconomic analysis.

В условиях финансовых ограничений системы здравоохранения, постоянного удорожания фармацевтической помощи, а также, учитывая ассортиментную вариативность и значительную нестабильность в реализации данной группы товаров, понижение платежеспособности населения в сегодняшних экономических условиях, проведение фармакоэкономических исследований рынка БАД приобретает особую актуальность.

ЗАО «Эвалар» – одна из крупнейших в России фармацевтических компаний-производителей, лидер по объему выпускаемых натуральных препаратов для укрепления и сохранения здоровья. В ассортиментном портфеле компании «Эвалар» около 200 наименований лекарственных препаратов и БАД различных форм выпуска: таблетки, капсулы, настойки, капли, водорастворимые напитки в виде

саше, чай в фильтр-пакетах, масла, косметические средства в тубах. Вся продукция ЗАО «Эвалар» производится на основе натурального природного сырья растительного, минерального и животного происхождения.

Целью данного исследования явился фармакоэкономический анализ биологически активных веществ на примере товаров, производимых ЗАО «Эвалар».

Для достижения вышеназванной цели в настоящей работе были поставлены следующие задачи:

- сформировать информационный массив ассортиментного перечня биологически активных добавок производства ЗАО «Эвалар»;
- провести структурный анализ ассортимента БАД;
- провести ABC-анализ товаров, производимых ЗАО «Эвалар» по продажам и затратам;
- разработать рекомендации для аптечной организации с целью оптимизации ассортимента БАД.

Экспериментальная часть исследования проведена на базе аптечной сети «Аптечный дом» г. Белгорода. Проанализированы ежемесячные отчеты о движении вышеобозначенной группы товаров в структуре розничной реализации товаров ассортиментного перечня аптек за период с 01 июля по 31 декабря 2014 года.

В исследовании применялся метод ABC-анализа – один из вариантов математико-статистических методов анализа, основанный на принципе Парето, согласно которому 80% объема продаж обеспечивают 20% ассортимента товара [2].

В соответствии с концепцией исследования был сформирован информационный массив ассортимента БАД с помощью контент-анализа, который включает 34 наименования, количество упаковок – 528.

В ходе структурного анализа ассортимента установлено, что его формируют преимущественно 10 товарных групп согласно классификации ФГБНУ "НИИ питания". Среди них лидирующую позицию занимает группа «Биологически активные вещества для контроля веса» (20,5%), в которую входят 7 наименований («Турбослим», чай «очищение», ф/пак. - 2,0 - №20, «Турбослим», кофе «Капучино» пак. саше – №10 и др.), далее следует: группа «БАД седативного действия» (11,76%) и группа «БАД, стимулирующие отдельные органы и системы» (11,7%), состоящая из 4-х наименований соответственно. Группы «Антиоксиданты», «БАД, способствующие заживлению костных травм», «БАД для профилактики простатита, восстановления потенции и др.» формируют по 8,8% от общего ассортимента и содержат по 3 наименования.

На следующем этапе исследования проведен ABC – анализ ассортимента лекарственных средств с целью ранжирования товаров по частоте реализации.

В ходе анализа проведен расчет коэффициента реализации (Кр) путем определения доли реализаций каждого вида. Ранжирование БАД проведено по степени убывания Кр.

Определение групп по частоте реализации осуществлено по принципу Парето с определением частореализуемых (А), среднереализуемых (В), редкореализуемых(С) препаратов (табл. 1).

Таблица 1 – Результаты ABC-анализа ассортимента БАД по частоте реализаций

Группа	Значение Кн	Кол-во наименований ЛС
1	2	3
А	25,8-7,3	18
В	7,29-3,12	9
С	Менее 3,12	7

Так, выявлено, что к группе «А» относятся 18 наименований БАД (Кр от 25,8 до 7,3): «Фитолак», таб. жеват. 0,5г №20; «Пу-

стырник форте» таб. №40; «Турбослим», чай «очищение» ф/п. 2г. №20; «Турбослим», кофе «Капучино» саше №10;

«Турбослим - день, усиленная формула», капс. №30; «Турбослим - ночь, усиленная формула», капс. №30; «Хитозан- Эвалар», таб. 0,5 №100 и др.

Группу «В» формируют 9 наименований (Кр 7,29-3,12): «Эндокринол», крем-гель туба 50 г.; «Лора», таб. п/о №36; «СпермаПлант», саше 3,5 г. №20; «Гинеколь», таб. п/о №40; «Турбослим Альфа-липоевая кислота» и «L-карнитин», таб. №60; «Черника-форте», таб. 0,25г №150 с витаминами и цинком и т.д.

Группу «С» составляют 7 наименований с Кр менее 3,12: «Фитолакс», чай ф/п 2,1 г №20; «Хонда форте», таб. №36; «Релаксозан» («Валериана форте»), таб. №20; «Черника-форте» таб. 0,25г №50 с лютеином; «Сабельник-Эвалар», таб. №60; Чай «Эвалар Био» д/очищения организма ф/п. 1,5 г. №20; «Шалфей», таб. №20.

На следующем этапе исследования проведен АВС-анализ ассортимента БАД по денежным затратам, связанным с приобретением данных товаров.

Информационной базой о стоимости лекарственных препаратов служили прайс-листы фармацевтических дистрибьюторов региона: ЗАО НПК «Катрен» г. Воронеж и ЗАО ЦВ «Протек» г. Курск, а так же программное обеспечение «Аналит-фармация».

Сумма затрат определена как произведение стоимости БАД и числа упаковок на курс лечения за выбранный промежуток времени. С целью сегментирования ассортимента биологически активных добавок по затратам осуществлено ранжирование этой группы товаров с выделением групп: высокозатратные (А), средnezатратные (В), низкозатратные (С) (табл.2).

Таблица 2 – Результаты АВС-анализа ассортимента БАД по затратам

Группа	Кол-во наименований	Затраты, руб.	Удельный вес, %
1	2	3	4
А	18	54156,50	53,9%
В	9	12522,0	26,5%
С	7	5118,3	20,6%
Итого	34	71796,8	100%

В ходе анализа установлено, что группу наиболее «доходных» биологически активных добавок формируют 3 препарата, удельный вес которых в общих затратах составляет 53,9%: «Фитолакс», таб. жеват. 0,5г №20; «Пустырник форте», таб. №40; «Турбослим чай «очищение» ф/п. 2г №20.

В группу аутсайдеров с непредсказуемыми объемами реализации вошли: «Хонда форте», таб. №36; «Релаксозан», таб. №20; «Сабельник», таб. №60.

Таким образом, в ходе анализа определена структура ассортимента БАД, реализованных в аптечных организациях, выявлены позиции с повышенным спросом, а также осуществлено сегментирование ассортимента по затратам. Результаты положены в основу разработки рекомендаций для аптечной сети «Аптечный дом» с целью оптимизации ассортимента и более полного удовлетворения потребностей конечного потребителя.

Выводы

Результаты проведенных фармакоэкономических исследований позволили получить объективную картину потребления БАД, производимых ЗАО «Эвалар», а также разработать рекомендации по управлению закупками БАД фармацевтическими организациями на региональном уровне, в том числе: исключить из ассортимента позиции группы «С» с переходом на индивидуальный заказ конкретных наименее «доходных» позиций для специализированных аптек и отдельных пациентов, либо с заменой одной ассортиментной позиции на аналогичную, но более «доходную» и «предсказуемую», создать страховой запас БАД для ассортиментных позиций группы «В»; не допускать перебоев в поставке выде-

ленных ассортиментных позиций группы «А», которые должны составить ядро ассортимента и способствовать наиболее полному удовлетворению покупательского спроса.

Библиографический список

1. Давыдов С.А. БАД и другие // Ремедиум. – 2013. – № 10. – С. 50-55.
2. Васькова Л.Б., Мусина Н.З. Методы и методики фармакоэкономических исследований. М.: ГЭОТАР – Медиа, 2007. 111с.
3. Марьяновский Л.М. Правовые аспекты использования БАД к пище // Московские аптеки. – 2012. – № 6. – С. 14-19.

* * *

Белюсова Ольга Викторовна – кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры управления и экономики фармации Белгородского государственного национального исследовательского университета. Область научных интересов: фармацевтический менеджмент, фармакоэкономика, фармацевтическая технология. E-mail: belousova_ov@bsu.edu.ru

Белюсов Евгений Александрович – кандидат фармацевтических наук, старший преподаватель кафедры управления и экономики фармации Белгородского государственного национального исследовательского университета. Область научных интересов: фармакоэкономика, фармакология, фармацевтическая технология

Бондаренко Вадим Олегович – студент фармацевтического факультета Белгородского государственного национального исследовательского университета. Область научных интересов: фармакоэкономика.

Карасев Михаил Михайлович – кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры фармакологии, клинической фармакологии Белгородского государственного национального исследовательского университета. Область научных интересов: фармакоэкономика, фармацевтическая логистика, фармацевтическая технология