

АНАЛИЗ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИЯ ПАЗАР В БЪЛГАРИЯ – 2010 Г. ПРОИЗВОДИТЕЛИ, СЕКТОРИ И ТЕРАПЕВТИЧНИ ГРУПИ

Т. Веков

Факултет по обществено здраве, МУ – Плевен

Резюме. Въпреки регистрирания ръст от 9% на фармацевтичния пазар в България през 2010 г. потреблението на лекарствени продукти на глава от населението остава на най-ниското ниво от всички държави от ЕС – едва € 128. Цените на лекарствените продукти растат много по-бързо от потреблението, което е свидетелство за икономическа бариера пред достъпността. Данните за локалните производители са неблагоприятни – намалява техният пазарен дял. Невъзможността за обслужване на задълженията към доставчиците на фармацевтични продукти често води до прекратяване на доставките и това става причина за намаляване на относителния дял на болничния фармацевтичен сектор. Лекарствената реимбурсна политика в страната все още не е ориентирана към насърчаване на потреблението на генерични лекарствени продукти съгласно тенденциите на световния фармацевтичен пазар. Основните фактори, които влияят върху фармакологичния профил на българския фармацевтичен пазар, са липсата на медицински терапевтични стандарти за лечение на заболяванията и реимбурсната лекарствена политика на Министерството на здравеопазването.

Ключови думи: фармацевтичен пазар, фармакологичен профил, производители, фармацевтични сектори

T. Vekov. ANALYSIS OF THE PHARMACEUTICAL MARKET IN BULGARIA FOR 2010. MANUFACTURERS, SECTORS AND THERAPEUTIC GROUPS

Summary. Despite the registered rise of 9% for the pharmaceutical market in Bulgaria for 2010, the annual per capita consumption of medicinal products, € 128, still remains the lowest among all member states of the European Union. The medicinal product prices are rising sufficiently faster than medicinal product consumption – an evidence for available economic barrier to accessibility. The data for local manufacturers are unfavorable, since their market shares are decreasing. The impossibility of discharging the obligations to suppliers of pharmaceutical products commonly results in discontinuation of deliveries, which on its turn, leads to reduction in the relative share of hospital pharmaceutical sector. The me-

dicinal product reimbursement policy in Bulgaria is still far from the tendency of stimulating generic medicinal product consumption, characteristic for the global pharmaceutical market. The main factors, contributing to the pharmacological profile of the Bulgarian pharmaceutical market, are the lack of medicinal therapeutic standards for disease treating and the reimbursement policy of the Ministry of Health.

Key words: *pharmaceutical market, pharmacological profile, manufacturers, pharmaceutical sectors*

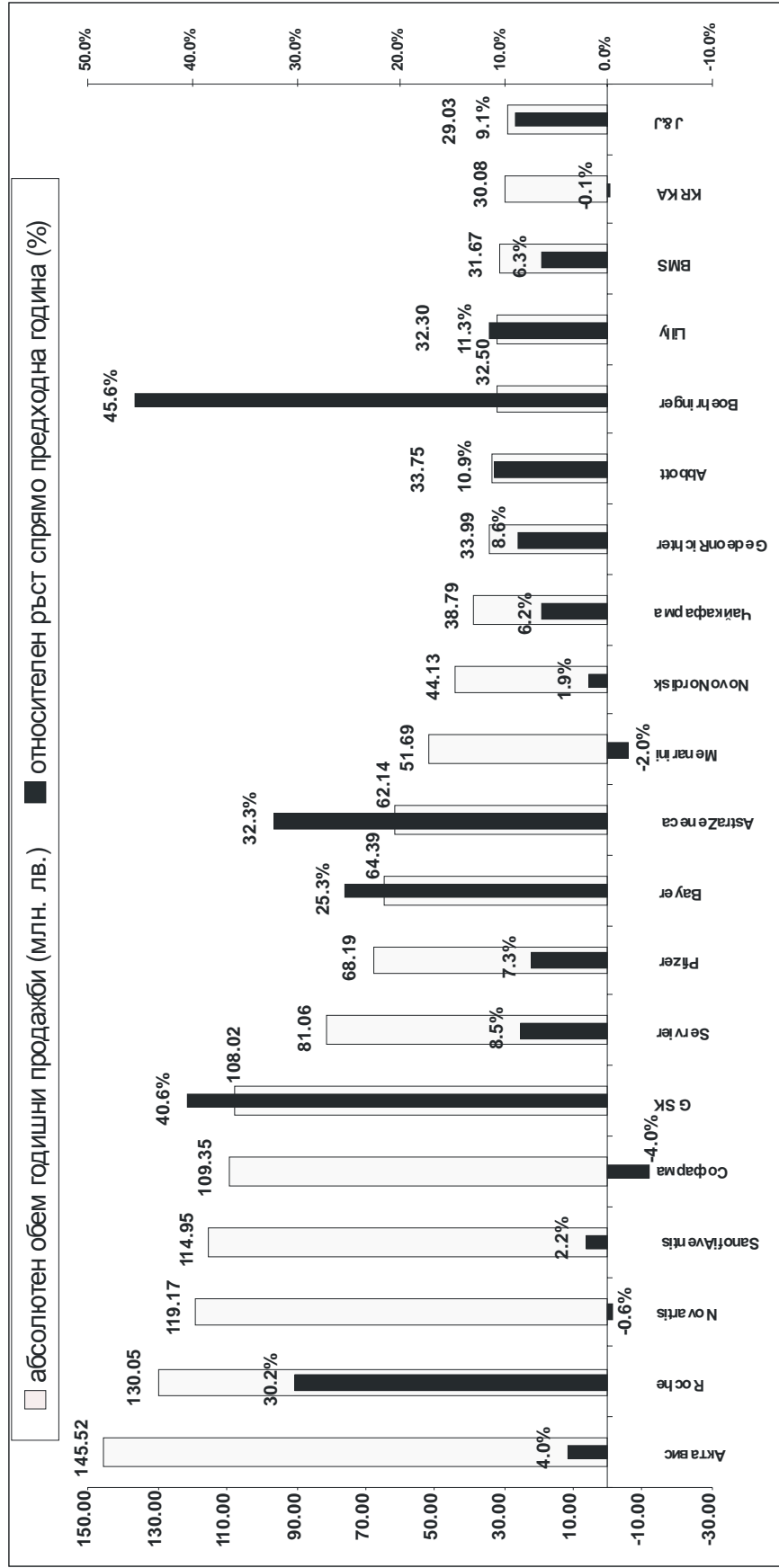
Българският фармацевтичен пазар през 2010 г. остава един от малкото икономически сектори, който бележи ръст от 9% в стойността на продажбите, като достига обем от 1,88 млрд. лв. съгласно статистическите данни на IMS Health. Прогнозите за 2011 г. също са обнадеждаващи за най-малко подобен ръст, което се основава на нормативно променените дистрибуционни канали на лекарствените продукти за лечение на онкологични заболявания, имunosупресори, за бъбречна недостатъчност и хематологични заболявания. Премахването на системата на снабдяване чрез държавни поръчки, провеждани от Министерството на здравеопазването, и преминаването към разпространение чрез реимбурсната система на Националната здравноосигурителна каса (НЗОК) и българските болници ще увеличи потреблението с около 20% и стойността на този пазарен сегмент поради увеличаване на единичните цени. Следователно ръстът на фармацевтичния пазар в България през 2011 г. с основание може да бъде прогнозиран с двуцифрено число (> 10%). Въпреки положителните от икономическа гледна точка резултати по-задълбоченият сравнителен анализ достига до съвсем различни изводи.

Българският пациент продължава да бъде на последно място по потребление на лекарствени продукти годишно в рамките на страните в ЕС – едва € 128. За сравнение: Румъния – € 146, Полша – € 163, Чехия – € 175, Унгария – € 198, Словакия – € 210. При анализа на изминалия петгодишен период (2005-2010 г.) основно впечатление правят сигнификантно различните ръстове на фармацевтичния пазар като количество (брой опаковки) и като стойност (лева). За разглеждания период стойността на пазара е нараснала със 144,35% (от 0,77 млрд. лв. до 1,88 млрд. лв.), до-

като количествено потреблението се увеличава с 54,49% (от 157 хил. бр. опаковки до 243 хил. бр. опаковки). Изводите могат да бъдат еднозначни – цените на лекарствените продукти растат много по-бързо от потреблението, което е свидетелство за икономическа бариера пред достъпността. Това представлява и основната причина българският пациент да употребява най-малко лекарства като стойност от всички други граждани на ЕС. Средната цена на лекарствен продукт за разглеждания петгодишен период нараства с 58,20% (от 4,88 до 7,72 лв.).

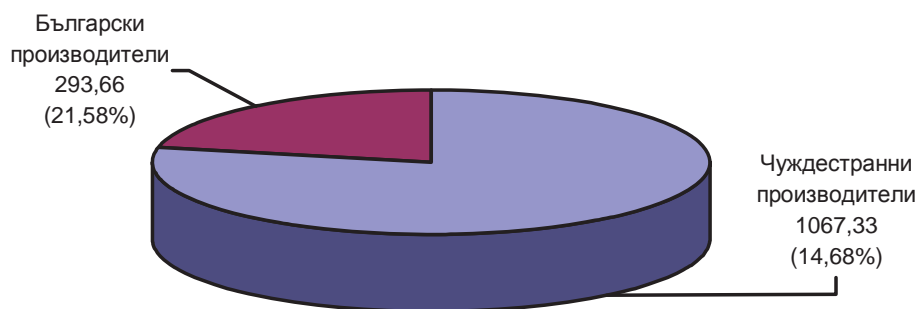
Подобно на всеки друг икономически сектор и фармацевтичният сектор се подчинява на маркетинговото правило 20/80 (20% от участниците реализират 80% от продажбите). През 2010 г. първите 20 производители по обем на продажбите реализират 72,54% от стойността на целия фармацевтичен пазар – фиг. 1. Данните за локалните производители са неблагоприятни – Актавис и Чайкафарма бележат ръст на продажбите, който е по-малък от средния пазарен ръст, а Софарма регистрира намаление на продажбите с 4,0%. Тези факти обясняват намаляващия пазарен дял на локалните производители – фиг. 2. Изключително прогресивен ръст на продажбите регистрират само иновативни компании Boehringer (45,6%), Glaxo Smith Kline (40,6%), Astra Zeneca (32,3%), Roche (30,2%), Bayer (25,3%). В голяма степен ръстът на фармацевтичния пазар в България през 2010 г. се дължи именно на увеличените продажби на тези компании. От тези данни можем да формулираме извода, че лекарствената реимбурсна политика в страната все още не е ориентирана към насърчаване на потреблението на генерични лекарствени продукти съгласно тенденциите на световния фармацевтичен пазар. По този показател България спада към групата на страните с развиващи се фармацевтични пазари от Африка и Близкия Изток.

Икономическата криза през 2010 г. много по-силно се отразява на здравните заведения за болнична помощ, които влошават непрекъснато финансовите си резултати. Невъзможността за обслужване на задълженията към различни доставчици на фармацевтични продукти често води до прекратяване на доставките. Това представлява и основната причина за намаляването на носителния дял на болничния фармацевтичен сектор – фиг. 3.



Източник: IMS Health, 2010

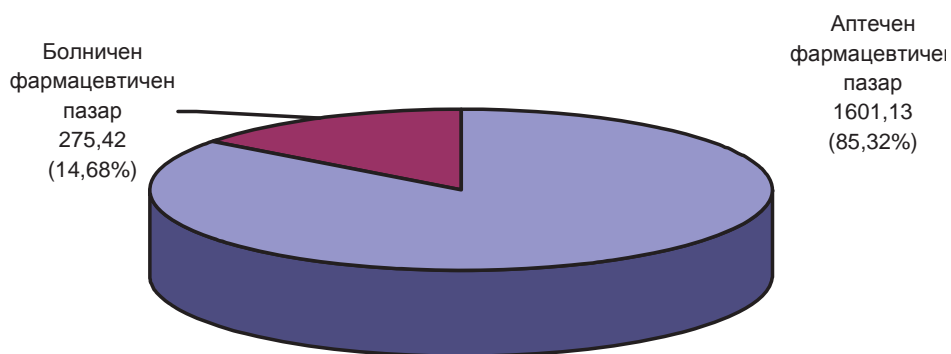
Фиг. 1. Продажби и ръст на първите 20 по обем на продажбите производители на българския фармацевтичен пазар – 2010 г.



Източник: IMS Health, 2010

Фиг. 2. Съотношение на пазарните дялове на локалните и на други производители – 2010 г. (млн. лв.), сред първите 20 по продажби

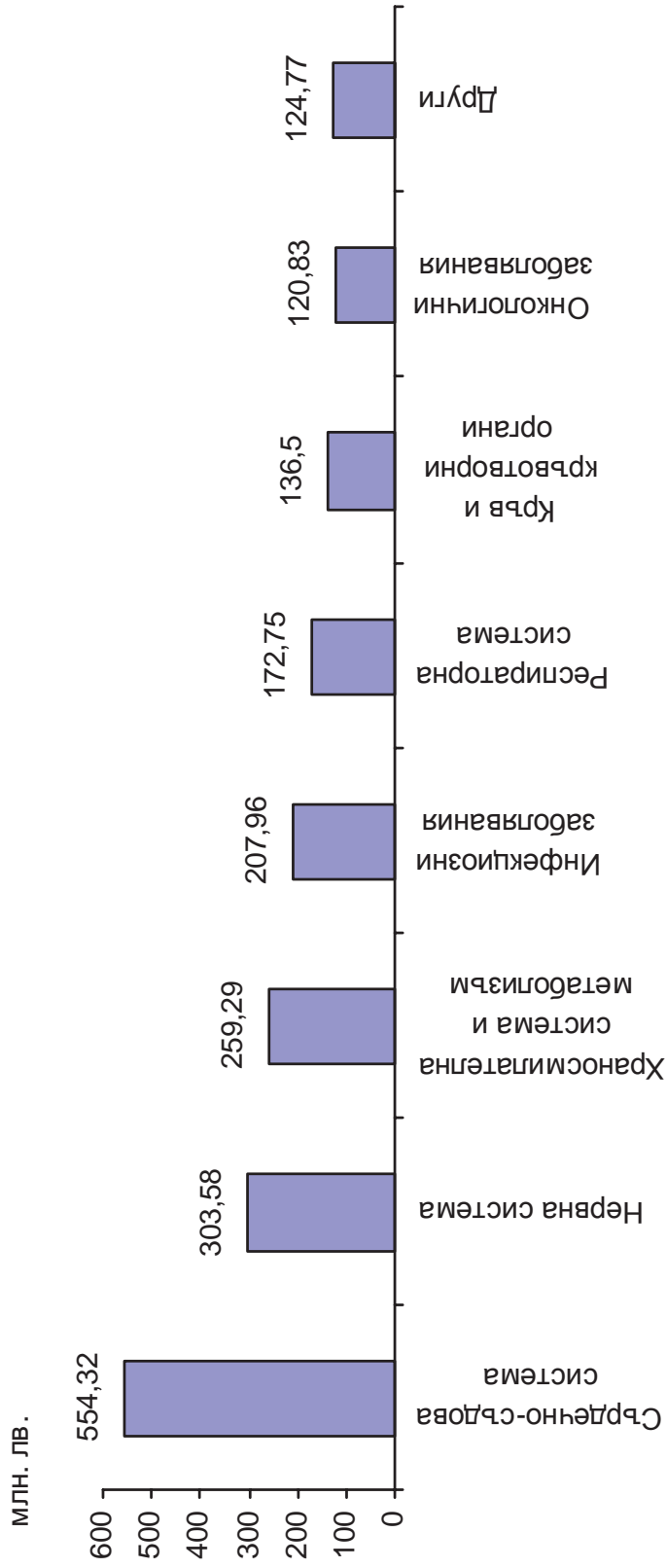
През 2010 г. делът на аптечния фармацевтичен пазар стойностно се е увеличил с 12,5% спрямо предходната година за сметка на намаляващия дял със 7,5% на болничния фармацевтичен пазар. На фиг. 4 е илюстриран анализ на българския фармацевтичен пазар по групи заболявания. Най-голям дял имат лекарствените продукти за лечение на заболявания на сърдечно-съдовата система (554,32 млн. лв.), следвани от заболявания на нервната система (303,58 млн. лв.) и метаболитни заболявания, основно диабет (259,29 млн. лв.).



Източник: IMS Health, 2010

Фиг. 3. Съотношение на болничен и аптечен фармацевтичен пазар в България, 2010 г. (млн. лв.)

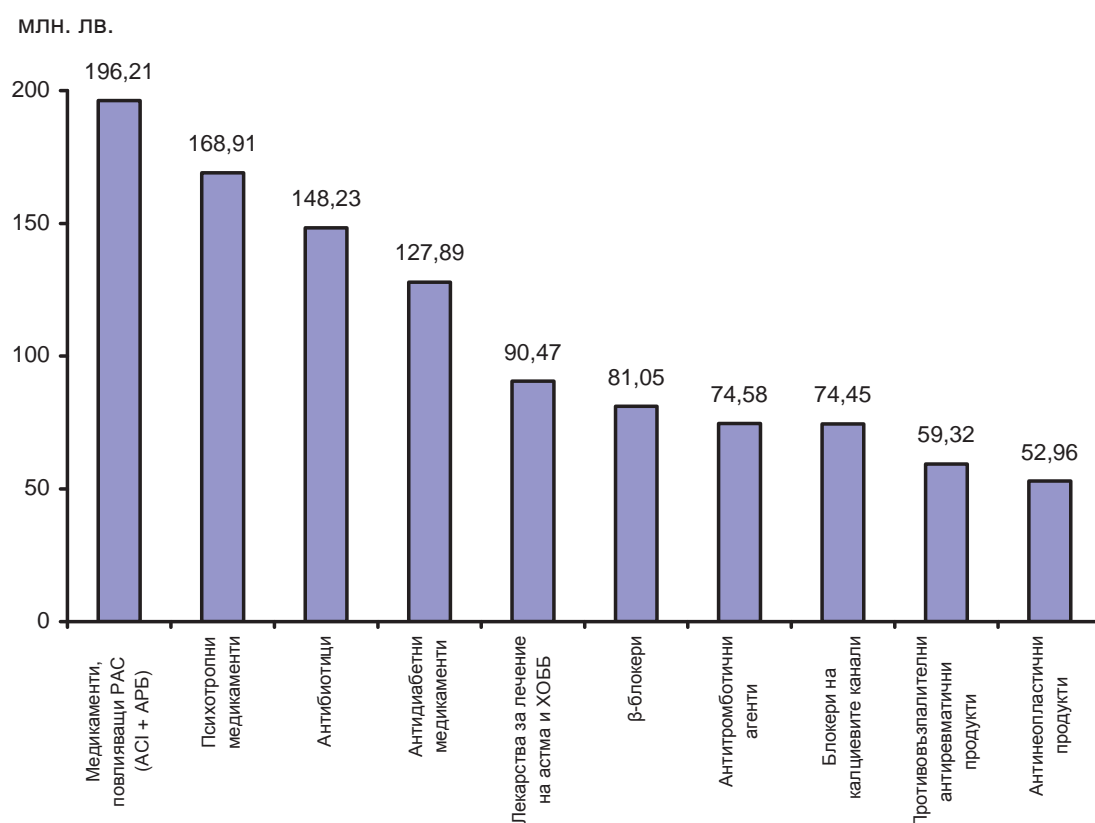
Относително намаление на стойността на пазарния дял се отчита при медикаментите за лечение на заболявания на нервната система. Причина е изтичането на срока за патентна защита на основните атипични антипсихотици, което доведе до замяната им с генерични аналози при цени, от три до десет пъти по-ниски.



Източник: IMS Health, 2010

Фиг. 4. Анализ на българския фармацевтичен пазар по групи заболявания – 2010 г. (млн. лв.)

Ръстът на продажбите на медикаменти за лечение на заболявания на сърдечно-съдовата система се определя и от липсата на напълно реимбурсирани лекарствени продукти за разлика от атипичните антипсихотици, които са напълно реимбурсирани. В случаите, когато основната част от цената на медикаментите се доплаща от пациентите, нивото на реимбурсация не е основният фактор, определящ прескрипциите на лекарите. Анализът на фармацевтичния пазар по фармакологични групи е показан на фиг. 5.



Източник: IMS Health, 2010

Фиг. 5. Анализ на българския фармацевтичен пазар по фармакологични групи – 2010 г. (млн. лв.). Представени са първите 10 по обем на продажбите фармакологични групи

Важен показател за развитието на всеки фармацевтичен пазар като основна част от здравната система е фармакологичният му профил. Сравнителният анализ на европейските пазари е показан на фиг. 6. Продуктовото разпределение на българския фармацевтичен пазар се различава както от източноевропейски-

те, така и от западноевропейските пазари. В сравнение с другите страни в България се използват повече инсулини, АСЕ инхибитори и β -блокери. За сметка на това потреблението на онкологични продукти, респираторни продукти и инхибитори на протонната помпа е под средноевропейските нива.

Западна Европа	Централна и Източна Европа	България
Онкологични продукти	Онкологични продукти	Инсулини
Респираторни продукти	Респираторни продукти	Онкологични продукти
Статини	Инсулини	АСЕ инхибитори
АРБ	Статини	Респираторни продукти
Инхибитори на протонната помпа	Инхибитори на протонната помпа	β -блокери
Инсулини	Антипсихотици	АРБ
Антипсихотици	Нестероидни противовъзпалителни	Цефалоспорини
Аналгетици	Цефалоспорини	Антитромботични продукти
Антидепресанти	Аналгетици	Антипсихотици
Лекарства за автоимунни заболявания	АРБ	Са антагонисти

Източник: *The Pharmaceuticals Market: CEE, Pharma Outlook, 2010*

Фиг. 6. Фармакологичен сравнителен профил на европейските пазари – 2010 г.

Основните фактори, които влияят върху фармакологичния профил на българския фармацевтичен пазар, са липсата на медицински терапевтични стандарти за лечение на заболяванията и реимбурсната лекарствена политика на Министерството на здравеопазването.

Заклучение

Въпреки регистрирания ръст от 9% на фармацевтичния пазар в България през 2010 г. потреблението на лекарствени продукти на глава от населението остава на най-ниското ниво от всички държави от ЕС – едва € 128. За петгодишен период, 2005-2010, се установява увеличение на стойността на фармацевтичния пазар със 144,35%, докато количественият ръст на потреблението е сигнификантно по-нисък – 54,49%.

Основната причина са непрекъснато увеличаващите се цени на лекарствените продукти – с 58,20% за същия период. Основният фактор, който влияе върху тези процеси, е липсата на целенасочена реимбурсна лекарствена и терапевтична политика. Генеричната пенетрация на българския фармацевтичен пазар е под средните нива на развитите европейски пазари, а делът на локалното производство ежегодно намалява.

Библиография

1. В е к о в , Т. Лекарствена политика, реимбурсация и ценообразуване. С., Български кардиологичен институт, 2011, 268 с.
2. I M S Health. Статистически данни. София, IMS Health, 2010.
3. K a l o r a m a Information Market Intelligence Reports. New York, 2010.
4. P e r r y , G. The European generic pharmaceutical market in review. – J. Generic. Med., 4, 2006, 4-14.
5. P h a r m a c e u t i c a l Executive 50, <http://www.pharmaexec.com>, 2010.
6. T h e Pharmaceutical Market: CEE, Pharma Outlook, Espicom Business Intelligence, Report, 2010.

☒ *Адрес за кореспонденция:*

Тони Веков
Председател на съвета на директорите
Български кардиологичен институт
бул. „Г. М. Димитров” № 1
1172 София

☎ 02/962 54 54, 02/962 50 59

e-mail: t.vekov.hq@comleague.com