

## **ПРОБЛЕМЫ ДОСТУПНОСТИ БРЕНДОВЫХ ОНКОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕПАРАТОВ НА УКРАИНСКОМ РЫНКЕ**

Юнес К.В.

Национальный фармацевтический университет г.Харьков, Украина

astahova702@gmail.com

На сегодняшний день в Украине диагноз рак является одной из основных причин смертности населения. Своевременное диагностирование и точный диагноз важен для дальнейшей эффективности лечения, требующего особой схемы и методов по своему типу. Основная цель в борьбе с этим заболеванием – это излечение от рака, улучшение качества жизни пациентов или значительное продление жизни.

Данные Международного агентства (International Agency for research on cancer) свидетельствуют о том, что заболеваемость онкологией диагностируется более чем 120 млн. человек в мире. Только в Украине, например, ежегодно обнаруживается более 16,5 тыс. новых случаев заболевания раком молочной железы женщин в возрасте 30-70 лет и около 6,5 тыс. умирают в следствии заболевания. Для Украины это проблема носит не только медицинский характера, но и социальный, так как она непосредственно влияет на демографию в стране.

Фонд "Здоровье женщины и планирование семьи" при поддержке украинского образовательного центра реформ и Фонд "Демократические инициативы" провели опрос, в результате которого большая часть жителей (54%) отметила, что качество лечения зависит от платежеспособности пациентов. Согласно данным ВОЗ на сегодняшний день 70% смертности пациентов с диагнозом рак приходится на страны с низким и средним уровнем дохода. А данные ВОЗ свидетельствуют: страны, в которых на медицину тратится менее 5% ВВП, во всем мире рассматриваются как страны со слаборазвитой системой здравоохранения.

На сегодняшний день в Украине главной проблемой в лечении онкобольных лежит не финансирование и необеспеченность больниц лекарственными средствами и оборудованием, а труднодоступностью брендовых лекарств, входящих в международную схему лечения.

Изучением данной проблемы занимается фармацевтический маркетинг, так как является частью маркетинга здравоохранения. Целью фармацевтического маркетинга является оптимизация рынка лекарственного обеспечения, повышения экономической доступности необходимых лекарств. Решением проблемы доступности лекарственных препаратов может стать корпоративная стратегия фармацевтических предприятий принятия партнерских решений, которые определяют и раскрывают задачи и цели фармацевтических фирм, мониторинга и периодической коррекции программ действий, системы стратегического управления предприятием.

Так, швейцарская компания «Ф. Хоффманн-Ля Рош Лтд» имеет официальное Представительство в Украине и работает с 1998 года. Медпредставители этой фирмы предлагают большой выбор выпускаемой продукции. Например, препарат Герцептин, который является брендовым лекарственным препаратом и назначается только после метода KISH. Согласно современным представлениям при раке молочной железы необходимо определять уровень экспрессии рецепторов эстрогенов (ЭР) и рецепторов прогестеронов (ПР) в опухоли. При рецепторположительном РМЖ прежде всего рассматривается возможность адъювантной гормонотерапии. Показатель гиперэкспрессия/амплификация рецептора эпидермального фактора роста HER2 указывает на неблагоприятный прогноз течения заболевания, что определяет необходимость применения Трастузумаба (Герцептина). Адъювантная терапия Герцептином – единственный шанс на излечение для пациенток с HER2-положительным раком молочной железы, вследствие на 52% снижается риск развития рецидива, на 35% снижается риск смерти. В Украине 34,7 % пациенток с HER2-положительным стату-

сом. Начиная с 1998 года, около 700 тыс. пациенток получили лечение Герцептином. В 2007 году приказом МОЗ препарат включен в стандарты лечения рака молочной железы. Применение Трастозумаба предполагается в течение 1 года – 18 трехнедельных циклов. Существует 2 дозы препарата Герцептин: 440 мг (стоимость около 50 тыс. грн.) и 150 мг (около 18 тыс. грн.). Соответственно стоимость курса лечения данным препаратом составляет около 1 млн. грн., что является невозможным приобретением для пациентов нашей страны. Поэтому компания Рош запустила социальный проект "Рак победим!", целью которого является снижение общей стоимости лечения этим препаратом, что позволяет сэкономить на 25% от общей стоимости.

Еще одна известная иностранная компания в Украине Санофи. Компания Санофи признана украинскими специалистами одним из лидирующих в области охраны здоровья, а так же поддерживает постоянную деловую связь с украинскими партнерами, что помогает Санофи лучше узнавать рынок потребностей и максимально удовлетворять пациентов, обеспечивая им доступность своих препаратов.

Компания Санофи является производителем актуального на сегодняшний день медицинского препарата Таксотер (Доцетаксел). Этот препарат химически синтезируется из биомассы иглы тиса, то есть растительного происхождения. Высокая стоимость препарата (15 тыс. грн.) ограничивает его доступность. Стоимость аналогов этого препарата на порядок дешевле. При этом препарат Таксотер рекомендован ведущими онкологами Украины и лечащими врачами. Учитывая высокую заболеваемость раком молочной железы в Украине, и необходимость использования этого препарата в онкологии при многих локализациях, компания Санофи предусмотрела социальную программу, которая заключается в предоставлении пациенту возможности приобретения одну дозу препарата (20 мг и 80 мг) и получать вторую дозу бесплатно. В связи с выявленными побочными эф-

фектами действия препарата Таксотер, например, нейтропения, компания Санофи дает возможность пациентам получить колоностимулирующий препарат Граноцит бесплатно. Эта программа делает препарат доступным для большинства украинских пациентов.

Фармацевтический рынок Украины охватывает широкий спектр лекарственных средств, в свою очередь компании предлагают отечественным врачам и пациентам самые современные высококачественные препараты, предназначенные для индивидуального решения неудовлетворенных потребностей медицины. Соответственно, основными задачами фармацевтических компаний на украинском рынке является внедрение европейских стандартов лечения ряда важных заболеваний и содействие развитию фармацевтической и медицинской науки. Следовательно, производители, выпускающие лекарственные препараты для онкобольных, учитывают экономическую не стабильность в стране и предусматривают нужды потребителей, оказывая партнерскую поддержку ведущим научно-исследовательским центрам нашей страны, для укрепления партнерских отношений на международном фармацевтическом рынке, что в свою очередь облегчает потребителю доступность к современным брендовым онкологическим препаратам.