

Ф. ВАСИЛЬЕВ,
ведущий аналитик
Е. ОЛЕЙНИК,
аналитик
ЦМИ «Фармэксперт»

Современный рынок контрацептивов

За прошедшие несколько десятилетий статус женщины в современном обществе претерпел существенные изменения: возросла роль представительниц прекрасного пола в политической жизни страны, государственном и общественном управлении, во всех отраслях экономики, культуры и науки, образовании, здравоохранении и спорте. Женщины активно заявляют о себе во многих сферах деятельности, и обществу приходится адаптироваться к происходящему, в том числе на семейном уровне. Поэтому все более актуальной становится проблема предотвращения нежелательной беременности.

Современная медицина предлагает самые разнообразные способы решения этой проблемы. Несомненно, самые противоречивые отзывы — как специалистов, так и простых обывате-

лей — относятся к гормональным контрацептивам, которые в разное время позиционировались или как средства первого выбора, или открыто объявлялись врагами женского здоровья.

Исходя из помесечной динамики потребления этих препаратов напрашивается вывод о том, что проблема нежелательной беременности особенно актуальна для женщин в отпускной период — время курортных романов да и просто повышенной сексуальной активности. Пик продаж и в стоимостном, и в натуральном выражении в I полугодии 2007 г. пришелся на два последних месяца — май и июнь (рисунок 1).

В настоящее время самыми востребованными оральными контрацептивами в России являются комбинированные гормональные препараты III и IV поколения (*Ярина, Диане-35, Жанин*). Однако в тройку лидеров продаж по-прежнему входит один из первых контрацепти-

вов — *Постинор*, применяемый для экстренной посткоитальной контрацепции (таблица 1). Он содержит ударную дозу гестагена — левоноргестрела, в несколько раз превышающую разовую в системных контрацептивах последующих поколений и не предназначен для регулярного употребления.

Лидер продаж *Ярина*, инновационный контрацептив IV поколения компании «Шеринг АГ», появился на российском рынке во второй половине 2004 г. и уже через два года занял ведущую позицию в рейтингах группы. При этом темпы роста продаж этого препарата по-прежнему значительно превышают среднерыночные, и его доля в группе постоянно растет. Причиной такой популярности стало наличие в его составе новейшего гестагена — дроспиренона, сходство которого с вырабатываемым организмом прогестероном способствует, помимо собственно контрацепции, появлению ряда других положительных для организма женщины эффектов.

Производитель *Ярины* компания «Шеринг АГ» является безусловным лидером этого сегмента рынка с долей 45% (таблица 2). Позиции компании укрепляются с каждым годом, чему способствует эффективная маркетинговая поддержка ее продуктов. Следует отметить, что из пяти лидеров продаж четыре препарата принадлежат именно компании «Шеринг АГ».

В тройку лидеров сегмента также входят компании «Гедеон Рихтер» и «Органон», причем последняя с каждым годом теряет свои позиции на рынке, хотя еще в 2002 г. «Органон» был лидером этого сегмента. «Гедеон Рихтер», напротив, в последние два года наращивает объемы продаж контрацептивов, благодаря чему по итогам I полугодия

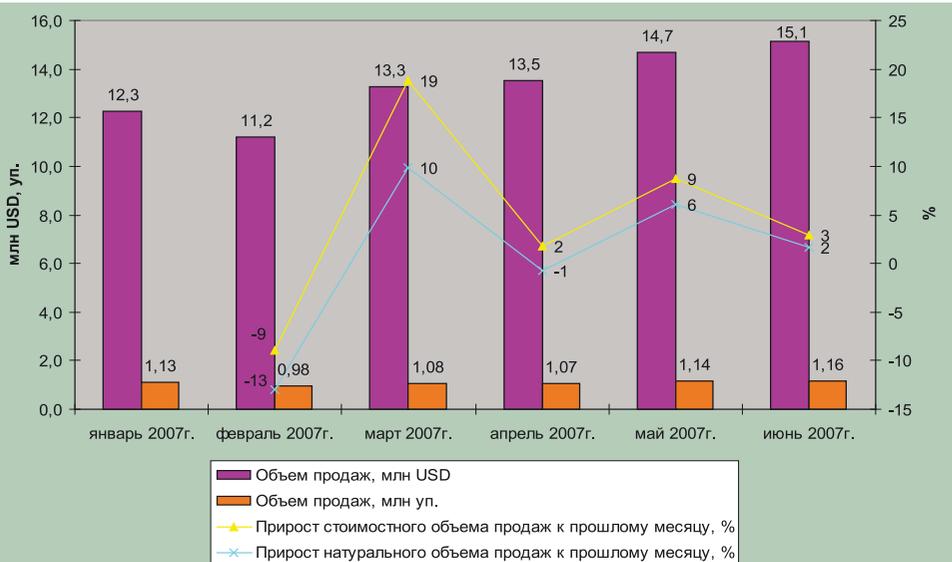


Рисунок 1. Объем продаж системных гормональных контрацептивов в России в I полугодии 2007 г.

2007 г. доля этого производителя в сегменте составила рекордные 32%.

Системные контрацептивы значительно отличаются по своему составу. Среди монофазных наименьшие дозы эстрогена содержат *Логест*, *Новинет* и *Евра* (20 мкг этинилэстрадиола), поэтому они относятся к микродозированным оральным контрацептивам. Отметим, что препарат *Евра* представлен в нетрадиционной лекарственной форме – трансдермальной терапевтической системе и предназначен для кожного применения.

Из низкодозированных оральных контрацептивов в рейтинг вошли такие препараты, как *Ярина*, *Диане-35*, *Жанин*, *Марвелон* и *Регулон*. Выраженный антиандрогенный эффект трех первых препаратов позволяет рекомендовать их к применению у женщин, страдающих андрогензависимыми заболеваниями (акне, гирсутизм, себорея, андрогенетическая алопеция).

Особняком стоит *Новаринг* – препарат компании «Органон». Его особенностью является способ введения в организм – влагалищные кольца. Кроме того, в отличие от оральных контрацептивов его нужно вводить только раз в месяц, что избавляет женщину от необходимости тщательно следить за регулярностью приема препарата. При этом суточная доза гормонов оказывается даже ниже, чем у микродозированных препаратов.

Наиболее популярной комбинацией МНН в гормональных контрацептивах является сочетание *этинилэстрадиола* и *дезогестрела*: на них приходится почти четверть рынка (таблица 3). Применяется эта комбинация как у монофазных (*Регулон*, *Новинет*), так и трехфазных (*Три-мерси*) препаратов разных поколений. Дозировки гормонов также отличаются в разных лекарственных средствах. Это могут быть микродозированные (*Новинет*, *Мерсилон*) и низкодозированные препараты (*Регулон*, *Марвелон*).

Значительная разница в составах препаратов (таблица 4) еще раз убеждает в том, что грамотно подобрать нужный может только специалист. Нелишним будет упомянуть, что каждый из этих контрацептивов является препаратом рецептурного отпуска, и попытки подобрать себе подходящий самостоятельно могут привести к нежелательным последствиям.

В заключение отметим, что, несмотря на все реалии современного мира,

Таблица 1. ТОП-10 системных гормональных контрацептивов по стоимостным объемам продаж в России в I полугодии 2007 г.

Позиция в рейтинге		Торговая марка	Доля в общем объеме продаж группы, %		Прирост продаж, I пол. 2007/I пол. 2006
I пол. 2007 г.	I пол. 2006 г.		I пол. 2007 г.	I пол. 2006 г.	
1	1	ЯРИНА	16,07	11,31	73
2	2	ДИАНЕ-35	9,78	10,77	10
3	4	ПОСТИНОР	9,44	8,96	28
4	5	ЖАНИН	8,94	8,78	24
5	3	ЛОГЕСТ	7,93	9,57	1
6	7	РЕГУЛОН	6,22	5,68	33
7	6	НОВИНЕТ	5,84	6,19	15
8	8	МАРВЕЛОН	5,31	5,65	14
9	11	НОВАРИНГ	5,29	4,25	51
10	9	ТРИ-МЕРСИ	4,03	4,83	2

Таблица 2. ТОП-5 компаний-производителей системных гормональных контрацептивов по стоимостным объемам продаж в России в I полугодии 2007 г.

Позиция в рейтинге		Компания-производитель	Доля в общем объеме продаж группы, %		Прирост продаж, I пол. 2007/I пол. 2006
I пол. 2007 г.	I пол. 2006 г.		I пол. 2007 г.	I пол. 2006 г.	
1	1	«ШЕРИНГ АГ»	45,3	44,5	24
2	2	«ГЕДЕОН РИХТЕР»	32,1	30,9	17
3	3	«ОРГАНОН»	20,4	21,8	13
4	4	«ЯНССЕН-СИЛАГ»	2,0	2,5	-3
5	5	«ГРЮНЕНТАЛЬ»	0,2	0,4	-20

Таблица 3. ТОП-5 МНН в системных гормональных контрацептивах по стоимостным объемам продаж в России в I полугодии 2007 г.

Позиция в рейтинге		МНН	Доля в общем объеме продаж группы, %		Прирост продаж, I пол. 2007/I пол. 2006
I пол. 2007 г.	I пол. 2006 г.		I пол. 2007 г.	I пол. 2006 г.	
1	1	ЭТИНИЛЭСТРАДИОЛ+ДЕЗОГЕСТРЕЛ	24,9	26,9	13
2	3	ЭТИНИЛЭСТРАДИОЛ+ДРОСПИРЕНОН	16,1	11,3	73
3	2	ЭТИНИЛЭСТРАДИОЛ+ГЕСТОДЕН	12,7	14,3	8
4	5	ЛЕВОНОРГЕСТРЕЛ	10,4	9,8	30
5	4	ЭТИНИЛЭСТРАДИОЛ+ЦИПРОТЕРОН	9,8	10,8	10

Таблица 4. Состав некоторых системных гормональных контрацептивов

Торговая марка	Эстроген	Доза эстрогена	Гестаген	Доза гестагена
Ярина	этинилэстрадиол	30 мкг	дроспиренон	3 мг
Диане-35	этинилэстрадиол	35 мкг	ципротерона ацетат	2 мг
Жанин	этинилэстрадиол	30 мкг	диенгест	2 мг
Логест	этинилэстрадиол	20 мкг	гестоден	75 мкг
Регулон	этинилэстрадиол	30 мкг	дезогестрел	150 мкг
Новинет	этинилэстрадиол	20 мкг	дезогестрел	150 мкг
Марвелон	этинилэстрадиол	30 мкг	дезогестрел	150 мкг
Евра	этинилэстрадиол	20 мкг	норэльгестромин	150 мкг
Три-мерси	этинилэстрадиол	35 мкг	дезогестрел	50 мкг
	этинилэстрадиол	30 мкг	дезогестрел	100 мкг
	этинилэстрадиол	30 мкг	дезогестрел	150 мкг

главным делом всей жизни женщины должно и будет оставаться рождение детей, и выразим надежду на то, что в недалеком будущем объем рынка гормональных контрацептивов во-

преки всем аналитическим выкладкам будет сокращаться из года в год, и показатели рождаемости в России наконец-то превьсят показатели смертности.