

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ



Как использовать исследование конъюнктуры рынка для стратегии закупок вакцин — обсуждение с Эстонией, Грузией, Северной Македонией и Узбекистаном

- **Эвели Бауэр**, Фонд медицинского страхования, Эстония
- **Владимер Гетия**, Национальный центр по контролю заболеваний и общественного здоровья, Грузия
- **Александра Грозданова**, Национальный комитет по иммунизации, Северная Македония
- **Турсунова Дилором**, Управление логистики вакцин и иммунопрофилактики, Узбекистан

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

1

Что такое исследование конъюнктуры рынка в области иммунизации для вас и что оно в себя включает?

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«Исследование конъюнктуры рынка — это вся работа, которую мы проводим на этапе подготовки к тендеру, до объявления тендера в нашем реестре закупок. Она включает в себя изучение различных вакцин, имеющих на рынке, управление маркетинговыми исследованиями, включая обмен информацией с держателями регистрационных удостоверений, а также анализ данных, таких как охват вакцинацией».

Г
Р
У
З
И
Я

“Рынок профилактических вакцин сегментирован по типу вакцины (живые/аттенуированные вакцины, инактивированные вакцины, субъединичные вакцины, анатоксины, мРНК-вакцины и другие типы вакцин), типу заболевания (пневмококковая, полиовирусная инфекция, гепатит, грипп, корь), паротита и краснухи (MMR), Covid-19 и других типов заболеваний) и географии (Северная Америка, Южная Америка, Европа, Азиатско-Тихоокеанский регион, Ближний Восток и Африка). Рынок обеспечивает стоимость (в миллионах долларов США) для вышеуказанных сегментов.

Такие факторы, как распространенность инфекционных заболеваний, инновационные технологии в разработке вакцин, состояние финансирования со стороны правительства и международных организаций, влияют на объем рынка.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

1

**Что такое
исследование
конъюнктуры
рынка в области
иммунизации для
вас и что оно в
себя включает?**

МАКЕДОНИЯ

«Закупки осуществляются на основе актуальных рекомендаций специалистов и данных о популяции когорты / охвате вакцинацией. Например, Министерство здравоохранения закупает только 50% вакцин против ВПЧ, поскольку охват населения вакцинацией ниже этого показателя».

УЗБЕКИСТАН

“Для стратегических направлений в программе иммунизации необходимо иметь финансовую стабильность. Потребность вакцин определяет необходимое количество средств для приобретения вакцинных препаратов. Исходя от стоимости вакцин необходимо провести анализ стоимости вакцин в рынках.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

2

Включаете ли вы информацию о рынке в свою стратегию закупок? Можете ли вы привести пример, когда информация о рынке сыграла важную роль в вашей стратегии закупок?

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«Да, мы используем исследование конъюнктуры рынка довольно часто и никогда не объявляем тендер, не имея представления о ситуации на рынке.

Мы относимся к каждой вакцине как к проекту и смотрим на конкретных держателей регистрационных удостоверений, проблемы, сроки годности, графики поставок и т. д. Мы учитываем все эти аспекты при начале закупки и планируем ее в соответствии с особенностями каждой вакцины. Эти особенности нам известны благодаря регулярному общению с представителями отрасли. Они предоставляют нам информацию о наличии вакцин, графиках и условиях поставок. Мы должны понимать, как работает отрасль, и искать наилучший из возможных вариантов. Это очень важно для вакцин, поскольку они часто имеют ограниченный срок годности и сложны в управлении. Таким образом, процесс может сильно отличаться в зависимости от особенностей каждой вакцины».

Г
Р
У
З
И
Я

“При внедрении новых вакцин мы учитываем их доступность, как с точки зрения цены, так и стабильности поставок.

Например, при внедрении шестивалентной вакцины учитывались долгосрочная доступность и стоимость этой вакцины. С этой целью государство ввело практику многолетних закупок.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

2

Включаете ли вы информацию о рынке в свою стратегию закупок? Можете ли вы привести пример, когда информация о рынке сыграла важную роль в вашей стратегии закупок?

МАКЕДОНИЯ

«Министерство здравоохранения проводит процедуру открытого отбора для закупки всех вакцин на три года, в рамках Национальной программы иммунизации (за исключением вакцины против гриппа, которая закупается ежегодно). Закупки основаны на современных рекомендациях специалистов и данных о популяции когорты / проценте охвата вакцинацией (например, по вакцине против ВПЧ)».

УЗБЕКИСТАН

“Да, рыночная информация стоимости вакцин включается в стратегию закупок, например: при планировании заявки на потребность вакцин составляем сравнительную таблицу где указывается стоимость вакцин в ЮНИСЕФ, на общем рынке а также в частных предприятиях.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

3

Какие ресурсы
рынка вы
обычно
используете и как
часто вы их
пересматриваете
и обновляете?

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«Мы используем довольно много ресурсов и проводим большую работу по поиску информации.

- ❖ Мы начинаем с **реестра лекарственных средств Эстонии**, потому что нам разрешено закупать только те вакцины, которые имеют регистрационные удостоверения в нашей стране. В реестре указаны вакцины, конкретные марки или составы, сроки действия регистрационных удостоверений и держатели регистрационных удостоверений (ДРУ).
- ❖ Ключевое значение имеют **прямое общение с ДРУ и заблаговременный обмен информацией**. Поскольку наш рынок очень маленький, на каждую большую группу вакцин приходится по 2 разных ДРУ, очень редко — 3. Представители отрасли хорошо известны, так как они обычно работают уже много лет, и мы регулярно, быстро и прямо с ними общаемся. Мы делимся информацией с ДРУ как можно раньше. Существует общее понимание, что между подписанием контракта и первой поставкой должно пройти не менее 6–9 месяцев. При необходимости (более высокий уровень конкуренции, закупки заблаговременно и т. д.) мы объявляем о проведении исследования рынка с помощью инструмента в нашем реестре государственных закупок. Это позволяет всем потенциальным поставщикам одновременно получить уведомление и высказать свое мнение о наших потребностях. Очень полезно получить отзывы до запуска тендера, чтобы адаптировать его соответствующим образом.
- ❖ **Балтийское сотрудничество** также является частью исследования конъюнктуры рынка, поскольку оно позволяет нам обмениваться информацией с нашими соседями, даже по вакцинам, которые не закупаются совместно, и согласовывать графики поставок. Это было очень кстати, поскольку позволяло снизить цены и еще больше гарантировать поставки.
- ❖ **Обмен информацией** включает в себя еженедельные встречи со всеми соответствующими учреждениями, занимающимися иммунизацией, а именно с Государственным агентством лекарственных средств, министром социального обеспечения, фондом медицинского страхования Эстонии, Департаментом здоровья, а также с лицами, выполняющими информационный обмен. Собрания национальной технической консультативной групп по вопросам иммунизации проходят раз в квартал или чаще. В прошлом году мы ввели регулярные встречи с ДРУ, чтобы они могли рассказать о своем ассортименте продуктов, проблемах, потребностях, опасениях по поводу нашего рынка сразу всем нашим 4 агентствам. Например, сезонная вакцина от гриппа — сложный для нас случай, потому что мы никогда не можем быть уверены в интересе к ней. В кризисных ситуациях обмен информацией между всеми агентствами является ключевым фактором для координации и передачи одинаковых сообщений.
- ❖ Для **сбора данных** мы используем Эстонский статистический реестр, который дает нам общее представление о численности населения (наши целевые группы по возрастным диапазонам). Данные об охвате вакцинацией и объеме запасов имеются в фонде медицинского страхования Эстонии или собираются непосредственно в Департаменте здоровья и/или медицинских учреждениях. Все данные доступны в электронном виде. Для определения цен мы также используем платформу ВОЗ M4A.
- ❖ Для хеджирования рисков, связанных с поставками, мы располагаем **центральной складом** всех основных вакцин с запасом на период до 6 месяцев. Наш центральный склад важен с точки зрения планирования, поскольку он позволяет нам сохранять гибкость по отношению к отрасли в случае задержек с поставками.

Что касается пересмотра наших ресурсов, то сведения о централизованных запасах и данные о вакцинации обновляются ежедневно. Национальная статистика по населению пересматривается раз в год».

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

3

**Какие ресурсы
рынка вы
обычно
используете и как
часто вы их
пересматриваете
и обновляете?**

Г Р У З И Я

- ❖ «Продукция, цены и закупки вакцин (V3P) / сведения о рынке
- ❖ Исследования рынка M14A, данные о закупках вакцин M14A
- ❖ Ресурсы отдела снабжения ЮНИСЕФ
- ❖ Список вакцин, соответствующих критериям
- ❖ Встречи с производителями вакцин в отделе закупок ЮНИСЕФ»

М А К Е Д О Н И Я

«Исследование рынка основано на данных Министерства здравоохранения и/или базе электронных данных здравоохранения по иммунизации».

У З Б Е К И С Т А Н

“Потребность на вакцинные препараты ежегодно возрастает в зависимости от увеличения контингента получаемых вакцин и от состояния инфекционной заболеваемости. В связи с чем потребность в ресурсах ежегодно пересматривается и обновляется.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

4

Можете ли вы рассказать, как использовалось исследование конъюнктуры рынка, когда вы принимали решение о введении вакцины против ротавирусной инфекции? Как вы использовали информацию о рынке для оценки и выбора продуктов?

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«Вакцина против ротавирусной инфекции присутствует в нашем календаре уже 10 лет, а с 2016 года она закупается совместно в рамках Балтийской инициативы по закупкам. Мы используем Glaxo Rotarix и MSD Rotateq, у которых разная дозировка. Разница в дозировке для нас не имеет значения, потому что мы смотрим на цену вакцины за один курс вакцинации одного ребенка, а не за дозу. Несомненно, дети в любом случае проходят плановые медицинские осмотры в рамках всех графиков вакцинации, предусмотренных обеими вакцинами. Поэтому в этом смысле обе вакцины конкурируют как равные».

Г
Р
У
З
И
Я

“Гави-Альянс при активном участии Всемирной организации здравоохранения и Детского фонда ООН помог стране внедрить ротавирусную вакцину. Поэтому при внедрении вакцины страна опиралась в основном на информацию, предоставленную ЮНИСЕФ и ВОЗ по этой вакцине. Что касается гарантии низкой цены и стабильности поставок, то это было обеспечено меморандумом, подписанным с Альянсом Гави.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

4

Можете ли вы рассказать, как использовалось исследование конъюнктуры рынка, когда вы принимали решение о введении вакцины против ротавирусной инфекции? Как вы использовали информацию о рынке для оценки и выбора продуктов?

МАКЕДОНИЯ

«В 2019 году Министерство здравоохранения ввело 2 новые вакцины — ротавирусную и противопневмококковую конъюгатную вакцину. Это было сделано на основании экспертных заключений и эпидемиологических данных Института общественного здравоохранения, а также регионального доступа к этим вакцинам (Сербия, Греция и др.)».

УЗБЕКИСТАН

“Для внедрения вакцины против ротавирусной инфекции было доказано бремя заболеваемости ротавирусной инфекции в республике, была рассчитана эпидемиологическая и экономическая эффективность данной вакцины. Для оценки выбора ротавирусной вакцины была подготовлена сравнительная таблица указывающая на тип вакцины, температурный режим хранения а также на цены.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

5

**Проводили ли вы
какие-либо
анализы,
например, анализ
затрат и выгод,
оценку
преимуществ и
недостатков и
т. д., чтобы
выбрать
препараты?**

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«Для вакцины против ВПЧ мы провели исследование экономической эффективности, чтобы оценить качество вакцин, поскольку между двумя доступными вакцинами существуют большие различия. Мы рассчитали критерии качества на основе показателя продолжительности жизни, скорректированного на качество (QALY). В системе есть предварительная оценка каждой вакцины и баллы, присвоенные каждому аспекту вакцин. Наш процесс для вакцины против ВПЧ был совершенно уникальным. И поначалу в отрасли не приветствовался способ расчета показателя QALY. Когда все делается по-другому, расхождения во мнениях следует ожидать на каждом шагу.

Мы также провели исследование экономической эффективности пневмококковой вакцины и пришли к выводу, что она не является экономически эффективной, поэтому мы не включили ее в наш календарь. Мы повторно проведем исследование, и если выяснится, что нам следует закупать вакцину, то мы, вероятно, будем следовать процессу, аналогичному тому, который используется для вакцины против ВПЧ».

Г
Р
У
З
И
Я

“Да, при внедрении любой новой вакцины оценивается экономическая эффективность этого вмешательства. В этом случае также совместно с экспертами ВОЗ была проведена соответствующая оценка.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

5

**Проводили ли вы
какие-либо
анализы,
например, анализ
затрат и выгод,
оценку
преимуществ и
недостатков и
т. д., чтобы
выбрать
препараты?**

МАКЕДОНИЯ

«Пожалуйста, см. наш ответ на вопрос № 4».

УЗБЕКИСТАН

“Да, был проведен анализ затрат и выгод, то есть экономическая эффективность.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

6

Помогло ли вам исследование конъюнктуры рынка получить доступ к лучшим продуктам, и если да, то каким образом?

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«Да, думаю, что это так. Например, когда у нас нет ни одного регистрационного удостоверения, мы ищем другие источники информации. Обычно мы обращаемся к оптовикам, у которых есть сети в Европе, или к посредникам, которые имеют опыт работы в медицинской отрасли и знают различных европейских поставщиков. Они могут найти необходимую информацию о вакцинах. Мы предпочитаем закупать препараты, у которых есть регистрационные удостоверения в других странах ЕС или ЕЭЗ, потому что их легче импортировать на наш рынок.

Иногда нам нужно найти 100 доз вакцины, что обычно остается без внимания по причине нерентабельности. Сначала нам нужно собрать информацию через оптовиков или посредников и убедиться, что компания готова участвовать в торгах. Обратная сторона работы с оптовиками или посредниками заключается в том, что мы ограничены их конкретными сетями и, возможно, не видим всех доступных вариантов на европейском рынке».

Г
Р
У
З
И
Я

“Для ротавирусной вакцины выбор был сделан из вакцин, прошедших преквалификацию ВОЗ, с учетом гарантий цены и стабильности поставок.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

6

Помогло ли вам исследование конъюнктуры рынка получить доступ к лучшим продуктам, и если да, то каким образом?

МАКЕДОНИЯ

«Как уже говорилось выше, наряду с другими ресурсами мы используем данные исследования конъюнктуры рынка в виде рекомендаций специалистов и данных о населении/вакцинации, публикуемых Министерством здравоохранения».

УЗБЕКИСТАН

“Рыночная информация предоставила доступ на получение вакцины имеющую при квалификации ВОЗ, доступ к лучшим продуктам поставляется через ЮНИСЕФ.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

7

**Как вы следите
за изменениями
на рынках
вакцин?**

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«Мы делаем это в основном с помощью общения с представителями отрасли, действующими в Эстонии. Как правило, они заинтересованы в продаже вакцин в ближайшее время после получения регистрационных удостоверений и поэтому активно делятся информацией. Часто они имеют в виду конкретные вакцины для нашего рынка, но мы говорим и о других вакцинах. Мы также обращаемся к ним перед запуском тендеров или при возникновении проблем, если у нас возникают вопросы. Таким образом, мы поддерживаем с ними постоянный контакт.

Еще один способ сбора информации — различные комитеты. Я фактически являюсь членом Руководящего совета по вакцинам Европейской комиссии и других комитетов».

Г
Р
У
З
И
Я

“По тем вакцинам, которые закупаются по государственному тендеру (шестивалентная вакцина, четырехвалентная вакцина, вакцина против гриппа, вакцина против бешенства), о спросе, объемах поставок, тенденциях и ценовой политике указанной вакцины на мировом рынке я узнаю от доступных ресурсов, также через прямых контактов с производителями.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

7

**Как вы следите
за изменениями
на рынках
вакцин?**

МАКЕДОНИЯ

«Следуя рекомендациям специалистов, например, вводя вакцины с большей валентностью (от ВПЧ 4 до ВПЧ 9 и от ПКВ 7 до ПКВ 13)».

УЗБЕКИСТАН

“При помощи интернета, ЮНИСЕФА и производителей вакцинных препаратов, нам удастся следить за изменениями на рынках вакцин.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

8

**Чего вам не
хватает для
лучшего
понимания
рынков вакцин?**

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«MI4A ВОЗ — полезная платформа, но она была бы даже более полезной, если бы включала большее количество европейских стран с высоким уровнем дохода, которые сопоставимы с нами. Если бы платформа имела более полные и свежие данные, это помогло бы нам получить более полное представление о подобных нам европейских странах».

Г
Р
У
З
И
Я

“Для такой маленькой страны, как Грузия, сложно определить, будет ли она привлекательным рынком для производителей, основываясь только на тенденциях мирового рынка. Консультации и помощь экспертов ВОЗ оказали большую помощь во внедрении шестивалентной вакцины и позволили получить информацию о ценах, стабильных поставках и рыночных тенденциях.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

8

Чего вам не
хватает для
лучшего
понимания
рынков вакцин?

МАКЕДОНИЯ

«Улучшение сотрудничества на региональном уровне и уровне ЕС, а также обмен передовым опытом».

УЗБЕКИСТАН

“Для лучшего понимание рынков вакцин недостаточно открытой и доступной информации, знаний, знания иностранного языка а также навыков логистики.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

9

Можете ли вы поделиться недавним опытом, когда исследование конъюнктуры рынка привело к смене продукта? Каковы были результаты этой смены и оправдала ли она ожидания?

Г Р У З И Я

“На данном этапе мы находимся в процессе перехода от 4-компонентной вакцины против вируса папилломы человека к 9-компонентной вакцине. Мы изучили вакцины, изучили цены, механизмы закупок, которые бы обеспечили стабильные долгосрочные поставки по низкой цене. Наличие вакцины. Цены варьировались от 18 до 170 долларов. На основании анализа указанной информации было принято решение о закупке новой вакцины через механизм закупок ЮНИСЕФ.”

М А К Е Д О Н И Я

«Мы получили доступ к вакцинам с более высокой валентностью, которые также доступны в странах региона. Мы получили более надежную защиту и более высокую степень принятия населением».

У З Б Е К И С Т А Н

“Переход на Rota предоставил доступные цены а также холодовую цепь. Наши ожидания были оправданы так как смертность детей в возрасте 5-ти лет не регистрируется.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

10

Используете ли вы ресурсы, предоставляемые ЮНИСЕФ и ВОЗ? Могли бы вы привести конкретный пример того, как эти ресурсы оказались полезными?

Г
Р
У
З
И
Я

“Выше я уже упоминал об опыте внедрения 9-компонентной вакцины против вируса папилломы человека. Были изучены ресурсы ВОЗ, а также информация, предоставленная на платформе MI4A, о ценах, тенденциях рынка. Также были получены консультации из офиса ЮНИСЕФ.”

М
А
К
Е
Д
О
Н
И
Я

«Да, например, после семинара 2023 года в Вене, где была представлена вакцина ВПЧ 9, мы решили перейти с ВПЧ 4 на ВПЧ 9».

У
З
Б
Е
К
И
С
Т
А
Н

“Ресурсы предоставленные ЮНИСЕФ и ВОЗ помогают проводить оценку достоверности внедрения вакцины, мониторинга и кураторства а также проведение ряда семинаров по обеспечению безопасной практики иммунизации, работы со средствами массовой информации, обеспечение работы с населением а также обеспечение раздаточными материалами в виде плакатов, брошюр и др.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

11

Какие дополнительные ресурсы по исследованию конъюнктуры рынка были бы для вас полезны?

Э
С
Т
О
Н
И
Я

«Обзор европейских производителей был бы очень полезен. У нас действительно нет ресурсов для составления карты европейских производителей, за исключением ДРУ, зарегистрированных в Эстонии.

Мы также зависим от сети наших поставщиков и не можем оценить, не упускаем ли мы что-то. Было бы хорошо усилить конкуренцию на нашем рынке и, таким образом, привлечь больше ДРУ, регистрирующих свою продукцию. Возможно, некоторые представители отрасли не знают о возможностях, которые предоставляет эстонский рынок (нетребовательный график поставок благодаря центральному складу, 100-процентное обязательство по закупке, возможность предлагать вакцины практически на любом языке ЕС).

И наконец, все наши крупные закупки находятся в реестре закупок ЕС, но ни одного нового предложения вакцин там не появилось».

Г
Р
У
З
И
Я

“Возможность получения консультаций экспертов ВОЗ и ЮНИСЕФ. Также возможность консультации с помощью чата с помощью платформы Технет-21. Посещение встреч, организованных ЮНИСЕФ с производителями вакцин.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

11

Какие
дополнительные
ресурсы по
исследованию
конъюнктуры
рынка были бы
для вас
полезны?

МАКЕДОНИЯ

«Любое дополнительное обучение и возможности обмена передовым опытом будут полезны для страны».

УЗБЕКИСТАН

“Нам требуется опыт других развитых стран, подготовка кадров для анализа рынка.”

ВОПРОСЫ И ОТВЕТЫ

СЕССИЯ

Контактное лицо:

Дьюти Лаура Шувей Дэппен

Менеджер сообщества практикующих специалистов
Сеть специалистов-практиков по закупкам вакцин

dschuwey@unicef.org