

Маркетингові дослідження антианемічних препаратів, представлених на ринку України

З.М.Мнушко, Ю.М.Кобець, А.О.Вальдовський

Національний фармацевтичний університет, кафедра менеджменту та маркетингу у фармації
Харків, Україна

Проведена комплексна експертна оцінка антианемічних лікарських засобів. Дослідження поведінки споживачів, проведена оцінка попиту та конкурентоспроможності препаратів. Вивчена доступність антианемічних препаратів. Проведений аналіз темпів зростання продажів препаратів даної фармакотерапевтичної групи.

Ключові слова: антианемічні засоби, конкурентоспроможність, коефіцієнт ліквідності цін, коефіцієнт адекватності платоспроможності.

ВСТУП

За умов загострення конкуренції серед виробників та постачальників лікарських засобів, динамічного зовнішнього середовища, не завжди передбачуваної державної регуляторної політики, обмеженості ресурсів охорони здоров'я та невисокої купівельної спроможності населення у вигідному становищі є те фармацевтичне підприємство, яке вміє чітко визначати ринкову нішу для своїх препаратів, розробляти конкурентну цінову стратегію, методи просування лікарських препаратів тощо. Тому необхідним є проведення маркетингових досліджень лікарських засобів, результати яких надають можливість встановити тенденції розвитку ринку. Маркетингові дослідження фармацевтичного ринку являють собою систематичне збирання, оброблення та аналіз даних, що стосуються асортименту та економічних характеристик ринку окремих фармакотерапевтичних груп лікарських препаратів. Окрім того, раціональне використання результатів маркетингових досліджень сприяє виявленню існуючих потреб, визначенню оптимальних цін на

продукцію, знаходженню розповсюдження товарів, максимально наближаючи їх до споживачів, формує попит на товар, інформуючи покупців про нові товари або про нові їх властивості, орієнтує виробництво на випуск тих товарів, що задовольняють ці потреби [2, 4, 6, 7].

Аналіз останніх публікацій показав, що мали місце дослідження кон'юнктури українського фармацевтичного ринку лікарських препаратів низки фармакотерапевтичних груп [1, 3, 5, 9-11].

На сьогоднішній день залишається невирішеною проблема повноцінного дослідження стану ринку антианемічних лікарських препаратів (ААЛЗ).

Метою цієї роботи є комплексне дослідження ринку ААЛЗ, визначення їх конкурентоспроможності та доступності для населення, попиту та споживацьких переваг.

МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення поставленої мети нами було проведено опитування 100 споживачів ААЛЗ та 50 працівників аптек м. Харкова та м. Чугуєва Харківської обл. Для оцінки конкурентоспроможності антианемічних препаратів нами були проаналізовані дані про надходження та реалізацію ААЛЗ упродовж 2010 р. в одній із аптек м. Харкова. Оцінку конкурентоспроможності проведено диференційним методом.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

За результатами опитування споживачів ААЛЗ було визначено, що більшість респондентів складають жінки (78%). Це в першу чергу пов'язано з тим, що жінки більш піддані до захворювань анемією в зв'язку з такими станами як менструальні цикли та вагітність. Найбільшу питому вагу серед опитуваних складають ті, що належать до вікових груп 21-30 років та 31-



Рис. 1. Результати експертної оцінки попиту на деякі ААЛЗ.

40 років (39% та 35% відповідно). Було встановлено, що більшість хворих на анемію відвідують аптеки з приводу придбання ААЛЗ 2-3 рази на місяць. Також встановлено, що найбільш прийнятною сумою коштів одноразової покупки лікарських препаратів є сума в 150-200 грн. Ця інформація доповнюється тим, що анемічні стани в більшості випадків є захворюваннями, супутніми більшості хронічних захворювань, тому, окрім придбання ААЛЗ відвідувачі аптек у більшості випадків купують ще й засоби для лікування головного захворювання. Визначено, що при появі ознак анемічних захворювань 100% опитуваних звертаються до лікаря. Це підтверджує те, що основним джерелом інформації про нові ААЛЗ для хворих на анемію виступає лікар. Такої ж думки дотримуються і опитувані експерти. Ця тенденція дуже тісно пов'язана з тим, що переважна кількість ААЛЗ відноситься до групи рецептурних препаратів, і тому рекомендація лікаря в даному випадку є вирішальною. За даними опитування визначено, що найбільшою групою виявились люди, які відвідують лікаря з приводу анемії 1-2 рази на півроку (61%), що також пов'язано з довготривалістю цих захворювань. Проте при опитуванні споживачів визначено, що відносний рівень самолікування серед хворих на анемію доволі вагомий і складає 25%. Саме ця кількість людей хоча би раз у житті, але приймала ААЛЗ самостійно, без рекомендації лікаря. Пояснюється це тим, що більшість споживачів віддають перевагу перевіреним ними препаратам. За даними опитування споживачів ААЛЗ загальна доля таких

людей склала 80%. Більшість респондентів віддають перевагу імпортованим препаратам (43%), у той час, коли вітчизняні ААЛЗ є препаратами вибору тільки для 21% споживачів. За даними опитування, всі спеціалісти фармацевції відзначили, що в товарному асортименті аптечних закладів, де вони працюють, імпортовані препарати значно переважають над вітчизняними. Взагалі спеціалісти підтверджують, що споживачі ААЛЗ рідко звертаються до них за рекомендаціями при виборі препаратів, що теж пов'язано з великим впливом рекомендацій лікарів. Також відзначено, що частка ААЛЗ, наявних в аптечних закладах, від загального асортименту цих препаратів, представлених на українському фармринку, складає менше 30%, іноді перевищує цю межу та складає 30% - 50%. Найбільш вагомими характеристиками ААЛЗ для споживачів виявились безпека, ефективність, якість та наявність побічних ефектів. У структурі обізнаності хворих на анемію про ААЛЗ найбільш питому вагу мають препарати фенюльс, сорбіфер дурулес, ферролек-Здоров'я, феррум лек, тардиферон, гемоферон, ферроплекс, глобірон-Н, фероплект, ранферон 12. Отримані дані тісно пов'язані з результатами опитування лікарів-гематологів, проведених у 2008 р. [8]. Задоволеність населення пропозицією ААЛЗ складає 50-70%, що свідчить про широкий асортимент та задовільну ефективність цієї групи препаратів.

За результатами проведеного опитування визначено, що найбільшим попитом за 10-бальною шкалою користуються препарати сорбіфер дурулес, феррум лек, ферролек-Здоров'я, фе-

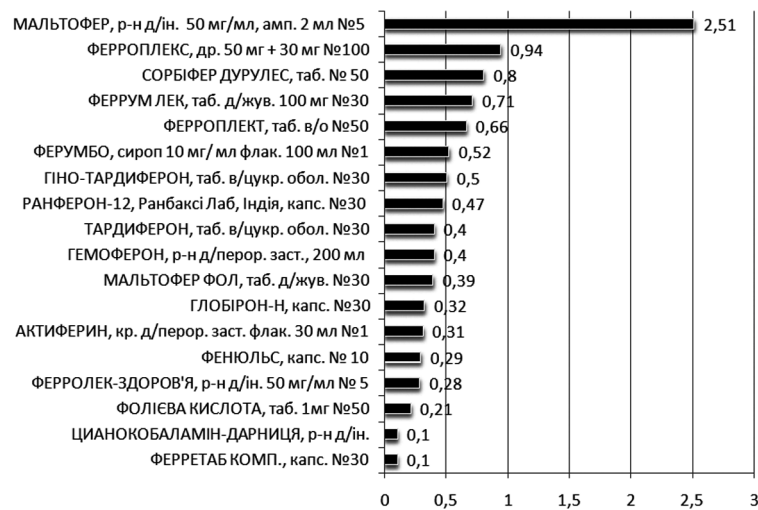


Рис. 2. Коефіцієнти ліквідності цін окремих ААЛЗ.

нюльс, тардиферон та ферроплекс (рис. 1). Попит на ці препарати є стабільним та коливається в межах 5-7 балів. Більшість ААЛЗ характеризуються низьким попитом (менше 5 балів).

На наступному етапі дослідження нами була проведена оцінка конкурентоспроможності для тих ААЛЗ, які, надумку експертів, користуються найбільшим попитом. Для цього був використаний диференційний метод оцінки, за допомогою якого показник конкурентоспроможності визначається як відношення кількості певного реалізованого лікарського засобу до середньої суми реалізації аналогів за один і той же період часу [3]. Встановлено, що серед аналізованих препаратів лише чотири мають значення коефіцієнту конкурентоспроможності ($K_{\text{диф}}$) більше 1. До них відносяться тардиферон таб. п/цукр. обол. прол./д. 80 мг №30, ($K_{\text{диф}}=2,16$), глобірон-Н капс. №30, ($K_{\text{диф}}=1,59$), ферроплект таб. п/о №50, ($K_{\text{диф}}=1,32$) та феррум лек таб. д/жув. 100 мг №30, ($K_{\text{диф}}=1,06$).

Також нами були розраховані коефіцієнти ліквідності цін ($C_{\text{лік}}$) та адекватності платоспроможності ($C_{\text{ас}}$) найбільш призначуваних ААЛЗ. Ці показники були розраховані станом на лютий 2011 р.

Чим ближче значення коефіцієнту ліквідності до нуля, тим більшим є рівень конкуренції на досліджуваному ринку. З точки зору соціально-етичного маркетингу, оптимальним значенням коефіцієнту ліквідності цін є значення, близьке до 0,16 [9]. До препаратів, коефіцієнти ліквідності цін яких знаходяться близько до цього значення відносяться ферретаб комп., ціанокобаламін-Дарниця, фолієва кислота, ферролек-Здоров'я та фенюльс. Проте взагалі значення коефіцієнту ліквідності цін на ААЛЗ характеризуються вели-

кою дисперсією. Це свідчить про те, що попит на препарати цієї групи є стабільним (рис. 2).

При розрахунку коефіцієнтів адекватності платоспроможності ми помітили, що ці показники не тільки залежать від того, імпортований препарат або вітчизняний, але й від того, в якій саме лікарській формі він вироблений. Наприклад, найменші показники коефіцієнтів адекватності платоспроможності характерні для твердих лікарських форм, а найбільші — для рідких та ін'єкційних. Це можна пояснити тим, що рідкі лікарські форми, по-перше, розраховані на менші сегменти ринку (хворі, які знаходяться в дуже тяжкому стані, немовлята та ін.), по-друге, потребують більших витрат при виробництві. Виходячи з вищесказаного, нами було проведено диференціювання коефіцієнтів адекватності платоспроможності окремих ААЛЗ за видом лікарської форми (рис. 3, 4). Виявилось, що найменші показники коефіцієнту адекватності платоспроможності серед твердих лікарських форм мають всі однокомпонентні препарати, що містять фолієву кислоту ($C_{\text{ас}}=0,05\%-0,1\%$), а серед рідких та ін'єкційних лікарських форм — однокомпонентні препарати, що містять ціанокобаламін ($C_{\text{ас}}=0,2\%-0,4\%$). Проте український ринок саме цих препаратів характеризується великою насиченістю. Тому ми вирішили обмежити сегмент ринку ААЛЗ лише одно- та багатокомпонентними залізовмісними препаратами. Таким чином, серед твердих лікарських форм найбільш доступними для населення є препарати ферретаб комп., капс. №30, ($C_{\text{ас}}=1,3\%$), ферроплект, таб. в/о №50, ($C_{\text{ас}}=1,3\%$), ферроплекс, др. 50 мг + 30 мг №100, ($C_{\text{ас}}=1,6\%$), сорбіфер дурулес, таб. в/о з модиф. вивіл. № 50, ($C_{\text{ас}}=2,1\%$), глобірон-

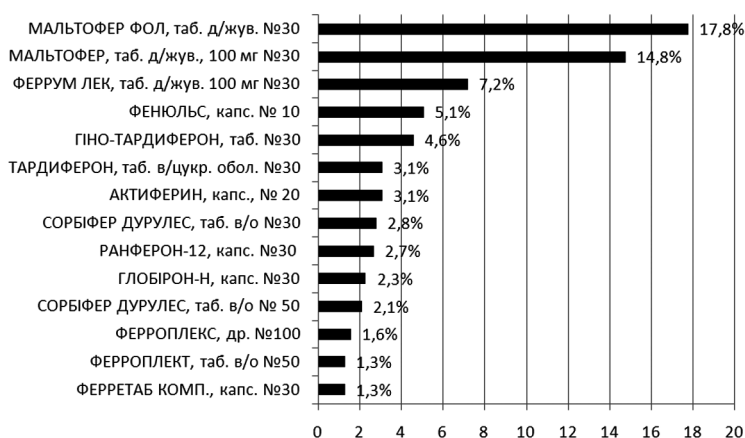


Рис. 3. Коефіцієнти адекватності платоспроможності, розраховані для твердих лікарських форм ААЛЗ.

Н, капс. №30, ($C_{a.s.}=2,3\%$), ранферон-12, капс. №30, ($C_{a.s.}=2,7\%$) та сорбіфер дурулес, таб. в/о з модиф. вивіл. №30, ($C_{a.s.}=2,8\%$). Серед рідких та ін'єкційних лікарських форм найбільш доступними для населення є гемоферон, р-н д/перор. заст., флак. 200 мл №1, ($C_{a.s.}=2,5\%$), ранферон-12, еліксир флак. 200 мл №1, ($C_{a.s.}=3,3\%$) та ферумбо, сироп 10 мг/мл флак. 100 мл №1, ($C_{a.s.}=3,3\%$).

Також нами був проведений аналіз динаміки продажів найбільш призначуваних ААЛЗ. З цією метою нами проаналізовані дані про реалізацію ААЛЗ упродовж 2010 р. в одній із аптек м. Харкова. Встановлено, що мають місце відносно низькі темпи зростання продажів цих препаратів, що пояснюється сильним конкурентним середовищем в цій фармакотерапевтичній групі. Серед досліджуваних препаратів лідерами за цим показником виявилися ферролек-Здоров'я, р-н д/ін. 50 мг/мл №5 (+12,5%), тардиферон таб. п/цукр. обол. прол./д. 80 мг №30 (+10,2%), феррум лек, таб. д/жув. 100 мг №30 (+8,75%) та сорбіфер дурулес, таб. в/о з

модиф. вивіл. № 50 (+8,3%).

Слід відзначити, що більшість препаратів, які виявились лідерами у своїй групі за проаналізованими параметрами, відносяться до багатоконпонентних: сорбіфер дурулес, ферроплекс та ферроплект містять в собі заліза сульфат та аскорбінову кислоту; до складу препарату ранферон-12 входять заліза фумарат, ціанокобаламін та фолієва кислота; діючими речовинами препарату глобірон-Н є заліза сульфат, ціанокобаламін та фолієва кислота. Лише тардиферон та феррум лек є однокомпонентними препаратами на основі сполук заліза.

ВИСНОВКИ

1. Проведено дослідження поведінки споживачів ААЛЗ та комплексна експертна оцінка попиту на ААЛЗ. Внаслідок анкетування споживачів ААЛЗ та працівників аптечних закладів визначено, що найбільшим попитом користуються препарати сорбіфер дурулес, феррум лек, ферролек-Здоров'я, фенюльс, тардиферон та ферроплекс.

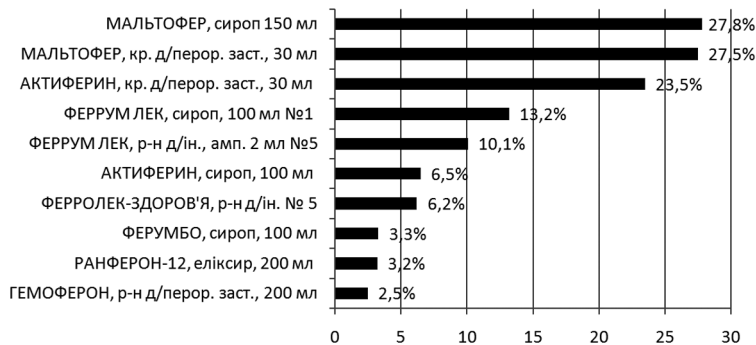


Рис. 4. Коефіцієнти адекватності платоспроможності, розраховані для рідких та ін'єкційних лікарських форм ААЛЗ.

2. Проведена оцінка конкурентоспроможності ААЛЗ диференційованим методом. Визначено, що більшість препаратів мають низькі показники коефіцієнту конкурентоспроможності. Найбільш конкурентоспроможними препаратами є тардиферон таб. п/цукр. обол. прол./д. 80 мг №30, глобірон-Н капс. №30, ферроплект таб. п/о №50 та феррум лек таб. д/жув. 100 мг №30.

3. Розраховані показники коефіцієнту ліквідності цін та адекватності платоспроможності стосовно ААЛЗ. Визначено, що в цілому значення коефіцієнту ліквідності цін на ААЛЗ характеризуються великою дисперсією, що свідчить про стабільний попит на препарати цієї групи. Найбільш доступними для населення є препарати у твердих лікарських формах: ферретаб комп., капс. №30, ферроплект, таб. в/о №50 ферроплекс, др. 50 мг + 30 мг №100, сорбіфер дурулес, таб. в/о з модиф. вивіл. № 50, глобірон-Н, капс. №30, ранферон-12, капс. №30 та сорбіфер дурулес, таб. в/о з модиф. вивіл. №30.

4. Проведений аналіз темпів зростання продажів ААЛЗ. Лідерами за темпами зростання продажів є ферролек-Здоров'я, р-н д/ін. 50 мг/мл №5, тардиферон таб. п/цукр. обол. прол./д. 80 мг №30, феррум лек, таб. д/жув. 100 мг №30 та сорбіфер дурулес, таб. в/о з модиф. вивіл. № 50.

До основних подальших перспектив відносяться розробка моделі формування потенціалу та прогнозу ємкості ринку ААЛЗ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герболка Н.Л. Методика аналізу конкурентоспроможності лікарських засобів на основі експертних оцінок на прикладі нестероїдних протизапальних препаратів / Н.Л.Герболка // Фармацевтичний журнал. — 2009. №1. — С. 16-23.
2. Левицька О.Р., Громовик Б.П. Аналіз фармацевтичного ринку антибактеріальних засобів фторхінолонового ряду / О.Р.Левицька, Б.П.Громовик, Г.Д.Гасюк, Н.Б.Ярко, Н.В.Петрушенко // Фармацевтичний журнал. — 2007. — №2. — С. 8-16.
3. Мнушко З.М. Визначення конкурентоспроможності лікарських препаратів антигельмінтної дії, присутніх на фармацевтичному ринку України / З.М.Мнушко, Ю.В.Попова // Вісник фармації. — 2006. — №3 — С. 35-40.
4. Мнушко З.М. Дослідження динаміки та рівня монополізації ринку антигельмінтних лікарських препаратів / З.М.Мнушко, Ю.В.Попова // Фармацевтичний журнал. — 2009. — №1. — С.29-35.
5. Мнушко З.М. Дослідження ринку та доступності протигрибкових лікарських засобів / З.М.Мнушко, І.В.Тіманюк, В.В.Преснякова // Фармацевтичний журнал. — 2006. — №6. — С. 15-21.
6. Мнушко З.М. Фактори впливу на споживання протигрибкових препаратів / З.М.Мнушко, І.В.Тіманюк, І.В.Пестун, Н.М.Скрильова // Запорозький медичний журнал. — 2009. — №2. — С. 83-87.
7. Мнушко З.М. Фармакоеконічний аналіз оптимальної терапії залізодефіцитної анемії / З.М.Мнушко, Н.В.Шолойко // Фармацевтичний журнал. — №1. — 2008. — С. 46-50.
8. Онишків О.І. Аналіз ринку гастроентерологічних лікарських засобів / О.І.Онишків, М.Б.Демчук, Т.А.Грошовий // Фармацевтичний часопис. — 2009. — №1. — С. 64-69.
9. Слободянюк М.М. Порівняльна оцінка ринкових позицій торговельних марок антигістамінних лікарських препаратів / М.М.Слободянюк, О.С.Самборський, С.В.Жадько // Запорозький медичний журнал. — 2010. — №2. — С. 123-126.
10. Чекалюк Л.С. Маркетингові дослідження ринку седативних лікарських засобів на основі валеріани лікарської / Л.С.Чекалюк, Л.В.Вронська, Я.П.Нагірний // Фармацевтичний часопис. — 2010. — №3. — С. 62-64.

З.Н.Мнушко, Ю.Н.Кобец, А.А.Вальдовский.
Маркетинговые исследования антианемических препаратов, представленных на рынке Украины. Харьков, Украина.

Ключевые слова: антианемические средства, конкурентоспособность, коэффициент ликвидности цен, коэффициент адекватности платежеспособности.

Проведена комплексная экспертная оценка антианемических лекарственных средств. Исследовано поведение потребителей, проведена оценка спроса и конкурентоспособности препаратов. Изучена доступность антианемических препаратов. Проведен анализ темпов роста продаж препаратов данной фармакотерапевтической группы.

Z.N.Mnushko, Yu.N.Kobets, A.A.Valdovskiy.
Marketing researches of the antianemic preparations presented in the market of Ukraine. Kharkiv, Ukraine.

Key words: antianemic preparations, competitiveness, factor of liquidity of the prices, factor of adequacy of solvency.

The complex expert estimation of antianemic preparations is spent. The behavior of consumers is investigated, the estimation of demand and competitiveness of preparations is spent. Availability of antianemic preparations is investigated. The analysis of rates of increase of sales of preparations given pharmacotherapeutical group is carried out.

Надійшла до редакції 03.04.2011 р.