

## Оцінка конкурентного потенціалу сегментів противиразкових лікарських препаратів

М.М.Слободянюк, А.В.Івченко

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

На підставі попередніх досліджень ринку противиразкових лікарських препаратів виокремлено чинники впливу на формування конкурентного потенціалу досліджуваного ринку та його сегментів. За визначеними факторами проведено оцінку перспективності сегментів з використанням багатокритеріального вибору методом нечіткого логічного виводу. Отримані результати свідчать про значний конкурентний потенціал сегментів нових поколінь противиразкових ліків, що є більш ефективними та безпечними.

**Ключові слова:** конкурентний потенціал, сегмент ринку, противиразкові лікарські препарати.

### ВСТУП

За частотою поширення виразкова хвороба шлунка та дванадцятипалої кишки перевищує всю іншу патологію шлунково-кишкового тракту. Від пептичних виразок страждає практично кожний десятий мешканець європейських країн, США, Росії. Захворюваність на виразкову хворобу в нашій країні з 1990 р. зросла на 38,4%, притому що в багатьох країнах світу спостерігається динаміка зниження [4, 11]. Отже, лікування даної патології має соціальне та медичне значення, і логічним є те, що український ринок противиразкових лікарських препаратів (ПВЛП) динамічно розвивається. Відповідно, актуальним для нього є визначення перспектив подальшого розвитку. Згідно з класифікацією АТС першого рівня, група А «Засоби, що діють на травну систему і метаболізм» останні роки є лідером роздрібногo сегмента фармацевтичного ринку в розрізі фармакотерапевтичних груп. У свою чергу, серед груп

АТС-класифікації третього рівня група А02В «Засоби для лікування пептичної виразки та гастроєзофагеальної рефлюксної хвороби» займає кожного року близько 1,4% у грошових та 1,3% у натуральних одиницях від загальної обсягу ринку лікарських препаратів (ЛП). Отже, оцінка можливих напрямів розвитку ринкових сегментів даної групи ліків та встановлення їх конкурентного потенціалу дозволить фармацевтичним підприємствам планувати обсяги виробництва та оцінювати свої конкурентні можливості по задоволенню потреб споживачів у фармацевтичному забезпеченні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що питанням оцінки потенціалу підприємств, торговельних марок і ринків товарів приділяється увага в різних сферах економіки [1, 2, 5, 6, 14-17]. У фармацевтичній галузі розроблені методики щодо оцінки збутового потенціалу фармацевтичних підприємств [7, 8], потенціалу ринку ЛП [9] та оцінки інноваційного потенціалу ЛП [10]. Однак дослідження щодо оцінки конкурентного потенціалу та перспективності окремих сегментів препаратів у розрізі фармакотерапевтичних груп не проводилися.

Метою дослідження була оцінка конкурентного потенціалу сегментів на прикладі противиразкових лікарських препаратів з урахуванням різних чинників впливу на розвиток даного сегмента ринку ліків.

### МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Під час дослідження були використані матеріали власних попередніх досліджень та дані продажів ЛП системи «Фармстандарт» за останні роки. Дослідження проведено з використанням методу експертних оцінок, маркетингового та графічного аналізу, математико-статистичних методів, зокрема, методу нечіткого логічного виводу.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Згідно з результатами дослідження ринку ПВЛВ, асортимент даної групи ліків представлений 12 вітчизняними виробниками та 45 виробниками з 20 країн світу. До груп, що нараховують найбільшу кількість торгових назв препаратів, належать ранітидин та омепразол (більше 20 у кожній групі). Серед ЛП фамотидину у формі ліофільного порошку для ін'єкцій випускається «Квамател» (Гедеон Ріхтер АГ, Угорщина), решта ліків – таблетки дозуванням 20 та 40 мг. Сегмент омепразолів налічує три закордонні препарати у формі ліофільного порошку для приготування розчину для ін'єкцій та два ЛП – капсули по 40 мг омепразолу, решта – капсули по 20 мг фармацевтичної субстанції. Інші ЛП інгібіторів протонної помпи (ІПП) представлені здебільшого у формі капсул.

Згідно з аналізом даних продажів ПВЛП, в останні роки все більше спостерігається формування переваг серед споживачів до нових поколінь ліків. Так, обсяг ринку ЛП Н2-блокаторів у натуральних показниках з кожним роком зменшує темпи зростання порівняно із сегментом ЛП ІПП. У 2009 р. продажі препаратів Н2-блокаторів у натуральних одиницях зменшилися на 8,29% порівняно з 2008 р., а в 2010 р. зросли лише на 2,21%. У той же час ємність сегмента препаратів ІПП за останній рік зросла майже на 28%.

Ринок ПВЛП у грошових одиницях має відмінний розподіл між сегментами порівняно з обсягом у натуральних одиницях – сегмент ЛП ІПП майже в 2 рази перевищує за розміром сегмент ЛП Н2-блокаторів. Для препаратів ІПП спостерігається постійне збільшення ринкових продажів у грошових одиницях, темпи зростання значно більші порівняно з препаратами блокаторів Н2-гістамінових рецепторів.

Для визначення факторів впливу на рівень попиту на різні групи ПВЛП нами розглянуто схеми лікування хворих з кислотозалежними захворюваннями. Відмічено значне збільшення кількості призначень препаратів лансопразолу (на 75%), пантопразолу (на 60%) і езомепразолу (на 77%). У той же час препарати омепразолу майже на 10% стали рідше призначатися лікарями протягом останніх двох років [4].

За результатами досліджень встановлено, що сегменти ПВЛП характеризуються досить відмінними тенденціями розвитку, що перш за все спричинено впливом факторів загального конкурентного середовища ринку та особливостями всередині самих сегментів [1, 2, 11-13]. Так як

фармацевтична доступність ліків та ПВЛП зокрема залежить від комплексу чинників соціального, виробничого і торговельного характеру, то їх обов'язково необхідно враховувати при оцінці конкурентного потенціалу як ринку в цілому, так і окремих сегментів ЛП. Формування ключових груп чинників впливу на конкурентоспроможність ліків як результат реалізації конкурентного потенціалу відбувається на рівні споживача – соціальні фактори; на рівні виробника та його ринкового становища – виробничо-маркетингові; та на рівні безпосередньо самого ринку – торговельно-маркетингові [2, 11, 15, 17].

Виходячи з результатів оцінки наявного конкурентного потенціалу ПВЛП [9], нами виокремлено чинники, що впливають на формування потенціалу ПВЛП, за якими будуть оцінюватися визначені сегменти досліджуваної групи: динаміка захворюваності; кількість торговельних марок препаратів-синонімів та аналогів за механізмом дії; динаміка реалізації на ринку в натуральних та грошових показниках; динаміка роздрібної ціни; наявність в аптеках; терапевтична ефективність; частота призначення лікарями; оцінка перспективності застосування групи ПВЛП.

За результатами оцінки протягом трьох років більш конкурентоспроможним є сегмент омепразолу. Для даного сегмента ринку ПВЛП характерна найбільша кількість торговельних марок – 28 препаратів-синонімів виробників з різних країн, середня роздрібна вартість лікувальної дози становить 6 грн, що є дорожче за препарати групи блокаторів Н2-гістамінових рецепторів, але дешевше решти ЛП ІПП. Значна доля сьогоденного ринку ПВЛП належить препаратам омепразолу (24% у натуральних одиницях та 38% у грошових), що свідчить про сформовану прихильність споживачів до даної групи ПВЛП. Серед препаратів блокаторів Н2-гістамінових рецепторів більшу долю займають ЛП ранітидину – 61% від ринку ПВЛВ у натуральних одиницях та 19% у грошових. Середня роздрібна вартість лікувальної дози ранітидину є найменша – менше 0,5 грн. За показником наявності ПВЛП в аптеках лідерами є препарати ІПП – пантопразол, рабепразол та езомепразол, які наявні в більше, ніж 20% аптек України.

Шляхом опитування лікарів нами встановлено частоту призначення ПВЛП, терапевтичну ефективність з точки зору лікарів-практиків та їх відношення до перспективності застосування препаратів групи, що аналізувалась. Так, за терапевтичною ефективністю кращим визначено езомепразол – 4,83 бала з 5. Найменш

ефективними назвали препарати ранітидину — 3,12 бала. Більша кількість опитаних лікарів часто призначають езомепразол, рабепразол та пантопрозол, а найбільш перспективними вважають ЛП езомепразолу і рабепразолу.

Враховуючи усі складові проведеного маркетингового та фармакоеконічного аналізу ПВЛП [4, 11-13], з урахуванням експертної думки щодо перспективності розвитку сегментів досліджуваної групи, нами розроблено алгоритм визначення більш перспективної групи ПВЛП. За зазначеними показниками проведено багатокритеріальний аналіз перспективності розвитку основних сегментів ПВЛП методом нечіткого логічного висновку [3].

Згідно з аналізом, найкращою стала альтернатива А6, тобто більш перспективним сегментом групи ПВЛП є підгрупа рабепразолу. Проведений аналіз дозволив також визначити, які із сегментів є чутливими до змін чинників впливу, що аналізувались. На рисунку темним кольором у стовбцях позначені чинники, до 10%-х змін яких чутливий результат ранжирування. Зокрема, для сегментів омепразолу та лансопрозолу у випадку зміни будь-якого з критеріїв впливу загальний ранг може коливатися в межах 5-6 та 6-7 відповідно.

Результати оцінки перспективності сегментів з урахуванням чинників впливу на розвиток у конкурентному середовищі дають підстави стверджувати, що зміни значень факторів впливають на подальший розвиток сегмента. Так, при коливаннях, зазначених при розрахунках показників для ЛП ранітидину та лансопрозолу, призведе до втрати однієї позиції в загальногруповому рейтингу, для омепразолу — може покращити позицію.

Отже, для отримання більш точних даних прогнозування розвитку ринку ПВЛП і оцінки його частки недостатнім є використання лише кількісних або якісних методів прогнозу. Застосування інтелектуального прогнозування, до якого належить метод нечіткого логічного виводу, дозволяє використовувати нечіткі вхідні дані, поєднувати лінгвістичні та числові змінні. Проведення аналізу перспективності розвитку сегментів ПВЛП з урахуванням критеріїв впливу на розвиток у ринковому середовищі та тенденцій попередньої ринкової позиції за методом нечіткого відношення переваг надасть можливість виробникам більш повноцінно оцінити напрями стратегії формування конкурентного потенціалу та посилити слабкі сторони політики перспективності розвитку як на рівні сегмента ЛП, так і на рівні окремих торговельних марок.

## ВИСНОВКИ

1. Проведено комплексний аналіз ринку противиражкових лікарських препаратів за сегментами та визначено чинники, що впливають на перспективність його розвитку, зокрема динаміка захворюваності, кількість препаратів-синонімів і аналогів за механізмом дії, динаміка реалізації на ринку в натуральних та грошових показниках, динаміка роздрібною ціни, наявність в аптеках, терапевтична ефективність, частота призначення препаратів лікарями.

2. Згідно з розробленою методикою оцінки привабливості та перспективності розвитку сегмента противиражкових лікарських препаратів проведено оцінку конкурентного потенціалу сегментів за методом багатокритеріального вибору на основі нечіткого відношення переваг з урахуванням чинників впливу на розвиток цих сегментів.

3. Оцінивши наявні тенденції розвитку кожного сегмента та врахувавши експертні оцінки щодо терапевтичної ефективності, частоти призначень та перспективності застосування групи ЛП, встановлено, що більш привабливим у перспективі є сегмент рабепразолів.

Проведення оцінки конкурентного потенціалу препаратів різних сегментів ринку надає можливість у майбутньому визначити перспективний напрям розвитку як окремих груп препаратів, так і ТМ, що, в свою чергу, підвищує конкурентоспроможність фармацевтичних виробників на ринку.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Баева Е.Е. Анализ факторов, влияющих на психологию покупателя лекарственных средств / Е.Е.Баева // Маркетинг в России и за рубежом. — 2007. — №1. — С. 20-23.
2. Гербола Н.Л. Методика аналізу конкурентоспроможності лікарських засобів на основі експертних оцінок на прикладі нестероїдних протизапальних препаратів / Н.Л.Гербола // Фармац. журнал. — 2009. — №1. — С. 16-23.
3. Давнис В.В. Современные методы анализа и прогнозирования в задачах обоснования маркетинговых решений / В.В.Давнис, В.И.Тинякова // Маркетинг в России и за рубежом. — 2006. — №2 (52). — С. 16-26.
4. Івченко А.В. Фармакоеконічний аналіз лікування хворих з пептичними виразками / А.В.Івченко, М.М.Слободянюк // Запорізький медичний журнал. — 2009. — Т. 11, №6. — С. 108-111.
5. Косецкий А. Прогнозирование потенциала рынка новых продуктов / А.Косецкий // Маркетинговые исследования в Украине. — 2006. — №5. — С. 38-42.
6. Кужилова О.В. Інноваційний потенціал торговельної марки підприємства : автореф. дис. на здоб. наук.

- ступ. к.еон.н.: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами діяльності)» / О.В.Кужилева. — Донецьк, 2007. — 19 с.
7. Мнушко З.Н. Оценка сбытового потенциала фармацевтического предприятия / З.Н.Мнушко, О.Н.Мигурская, В.В.Страшный // Провизор. — 2003. — №9. — С. 12-14.
  8. Мнушко З.М. Методика визначення тяжіння аптечних закладів до оптових фармацевтичних фірм із застосуванням композиції нечітких бінарних відношень / З.М.Мнушко, Л.П.Дорохова, С.А.Купенко // Фармац. журнал. — 2004. — №3. — С. 28-32.
  9. Мнушко З.М. Методика прогнозування ємності фармацевтичного ринку з використанням методу нейронних мереж препаратів: метод. рек. / З.М.Мнушко, І.В.Тіманюк, Ю.В.Попова — К., 2009. — 23 с.
  10. Слободянюк М.М. Оцінка інноваційного потенціалу лікарських засобів на прикладі протиалергійних: метод. рек. / М.М.Слободянюк, О.С.Самборський — Х., 2010. — 24 с.
  11. Слободянюк М.М. Оцінка потенціалу торговельних марок противиразкових лікарських препаратів / М.М.Слободянюк, А.В.Івченко // Запорізький медичний журнал. — 2009. — Т.11, №2. — С. 112-115.
  12. Слободянюк М.М. Оцінка ринкового розвитку торговельних марок омега-3 шляхом стратегічного позиціонування / М.М.Слободянюк, А.В.Івченко, Н.М.Скрильова // Український журнал клінічної та лабораторної медицини. — 2009. — Т. 4, №4. — С. 24-29.
  13. Слободянюк М.М. Ринковий потенціал блокаторів H2-гістамінових рецепторів, що представлені на українському ринку, як ступінь реалізації конкурентних переваг / М.М.Слободянюк, А.В.Івченко // Український вісник психоневрології. — Т. 16, вип. 3 (56), додаток. — 2008. — С. 75-76.
  14. Bhattacharya C.B. Marketing: Beyond the Four Ps and the Customer / C.B.Bhattacharya, D.Korschun // Journal of Public Policy & Marketing. — 2008. — Vol. 27, №1. — P. 113-116.
  15. Keller P.A. Designing Effective Health Communications: A Meta-Analysis / P.A.Keller, D.R.Lehmann // Journal of Public Policy & Marketing. — 2008. — Vol. 27, №2. — P. 117-130.
  16. Lehmann D. R. The Structure of Survey-Based Brand Metrics / D.R.Lehmann, K.L.Keller, J.U.Farley // Journal of International Marketing. — 2008. — Vol. 16, №4. — P. 29-56.
  17. Ta S. Frosch Pharmaceutical Product Placement: Simply Script or Prescription for Trouble? / S.Ta, L.Dominick // Journal of Public Policy & Marketing. — 2008. — Vol. 27, №1. — P. 98-106.

**Н.Н.Слободянюк, А.В.Івченко. Оцінка конкурентного потенціалу сегментів противозв'язувальних лікарських препаратів. Харків, Україна.**

**Ключевые слова:** конкурентный потенциал, сегмент рынка, противозв'язувальні лікарські препарати.

*На основі раніше проведених досліджень ринку противозв'язувальних лікарських препаратів виділені фактори впливу на формування конкурентного потенціалу досліджуваного ринку і його сегментів. В відповідності з цими факторами проведена оцінка перспективності сегментів з використанням многокритеріального вибору методом нечіткого логічного виводу. Отримані результати свідчать про значительном конкурентном потенціалі сегментів нових поколінь противозв'язувальних препаратів, которые являются более эффективными и безопасными.*

**N.N.Slobodyanyuk, A.V.Ivchenko. Estimation of competitive potential antiulcer drugs segments. Kharkiv, Ukraine.**

**Key words:** competitive potential, a market segment, antiulcer drugs.

*On the basis of previous conducted researches antiulcer drugs market, factors of influence on formation of competitive potential and investigated market segments are allocated. According to these factors the estimation of perspective segments, using multicriterion choice method of indistinct logic conclusion is conducted. The received results testify to appreciable competitive potential of new segments generations antiulcer drugs, which are more effective and safe.*

Надійшла до редакції 10.04.2011 р.