

*Самборський О.С., Слободянюк М.М.*

*Івано-Франківський національний медичний університет*

*Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

## **Опрацювання методичного підходу до визначення потенційної ємкості ринку антианемічних лікарських засобів**

[aptekar05@ukr.net](mailto:aptekar05@ukr.net)

**Вступ.** При виборі лікарського засобу (ЛЗ) для розробок і постановки на виробництво, формуванні стратегічних і тактичних планів у товарних сегментах важливою складовою виступає визначення потенціалу сегменту ринку і потреби у конкретному ЛЗ. Визначення потенційної ємкості ринку ЛЗ стає необхідністю уже на прогностичному етапі формування проекту з розробки нового ЛЗ. Особливого значення це набуває для розрахунку прогностичних економічних показників й проведення моделювання фінансових потоків.

**Мета дослідження.** Розробка і опрацювання методичного підходу до визначення потенційної ємкості антианемічних ЛЗ (АЛЗ).

**Методи дослідження.** Використано сучасні методи маркетингових досліджень.

**Основні результати.** З метою визначення загальної чисельності окремих груп населення, в яких анемії виникають з найбільшою частотою, нами проаналізовані звіти Державного комітету статистики України та Центру медичної статистики МОЗ України, електронна база медико-статистичної інформації «Здоров'я для всіх», бази стандартів медичної допомоги в Україні і Державного формуляру ЛЗ України. Згідно статистичних даних загальна кількість потенційних хворих на АЛЗ становить 18 224 972 особи. Першим етапом процесу визначення потенційної ємкості ринку ЛЗ будь-якої групи буде сегментування потенційних споживачів. Розрахунки, в першу чергу, залежать від правильного вибору критерію сегментації. У випадку досліджень ринку саме АЛЗ оптимальними критеріями сегментування є етіологічні фактори, які призводять до розвитку захворювань, лікування яких передбачає використання

певних препаратів. Відповідно до АТС-класифікації, АЛЗ розподіляються на 4 основні групи: препарати заліза, фолієвої кислоти, ціанокобаламіну та стимулятори еритропоезу. Дані АЛЗ призначені для лікування різних видів анемії – залізодефіцитної, фолієводефіцитної, вітамін В<sub>12</sub>-дефіцитної, а також анемії хронічних захворювань. На підставі аналізу літератури про поширеність анемії, в процесі сегментації було сформовано 5 основних груп етіологічних факторів, які призводять до розвитку всіх вище зазначених анемії – деякі хронічні захворювання, порушення всмоктування у ШКТ, крововтрати, фізіологічні стани підвищеної потреби організму у залізі або фолієвій кислоті, а також стани, що потребують профілактики анемії. Це дало змогу розрахувати численність потенційних споживачів АЛЗ в кожному окремому сегменті й визначення частки кожного сегменту у відповідній групі сегментів. За результатами проведеної сегментації визначено, що найбільшим за чисельністю є сегмент потенційних споживачів препаратів заліза (73,69% від загальної сукупності потенційних споживачів), основну цільову аудиторію в якому складають діти до 14 років, особи, які зазнали крововтрати під час операційних та акушерських маніпуляцій, онкологічні хворі та вагітні жінки. У сегменті потенційних споживачів ціанокобаламіну (5,32% від загальної сукупності потенційних споживачів) найбільшу частку займають хворі на хронічний гепатит та хронічний атрофічний гастрит. Сегмент споживачів фолієвої кислоти (12,06% від загальної сукупності потенційних споживачів) в основному сформований за рахунок вагітних жінок, а сегмент споживачів стимуляторів еритропоезу (8,93% від загальної сукупності потенційних споживачів) – хворих на рак та хронічну хворобу нирок .

Визначено групи пацієнтів та фармакологічні групи протианемічних препаратів: препарати заліза – 73,69%, препарати ціанокобаламіну – 5,32%, препарати фолієвої кислоти – 12,06% та препарати рекомбінантного еритропоетину – 8,93%. Наступним етапом після сегментації та визначення чисельності потенційних споживачів є дослідження особливостей приймання ЛЗ представниками окремих сегментів та подальший розрахунок на підставі отриманих даних потенційної ємності ринку ЛПІ у натуральному вираженні.

Встановлено, що тривалість курсу лікування, а також дозування препаратів у споживачів різних сегментів значно відрізняються між собою. Розрахунки проводили за двома напрямками з метою порівняння ступенів їх достовірності: у першому підході в якості добової дози використовувалась середньозважена призначувана добова доза (PDD), у другому – використання встановленої добової дози (DDD), яка, згідно з визначенням ВООЗ, є розрахованою середньою підтримуючою добовою дозою ЛЗ, який застосовується за основним показанням у дорослих при масі тіла 70 кг. Розраховані значення потенційної ємкості ринку окремих груп АЛЗ – залізовмісних ЛЗ, ціанокобаламіну, фолієвої кислоти та стимуляторів еритропоезу (еритропоетину та дарбепоетину) у натуральному вираженні.

**Висновки.** Сформовані етапи, складові й опрацьована методика визначення потенційної ємкості сегмента ринку АЛЗ. Проведено сегментацію потенційних споживачів АЛЗ за етіологічним критерієм, визначено їх кількість та основні сегменти захворювань, при яких застосовуються АЛЗ. Визначено групи пацієнтів та фармакологічні групи АЛЗ. Визначено групи пацієнтів та фармакологічні групи АЛЗ. Виділено 5 основних сегментів, серед яких найбільшим за кількістю потенційних споживачів виявились група осіб із хронічними захворюваннями та групи хворих на новоутворення і СНІД. Розраховано значення потенційної ємкості ринку в натуральному вираженні, а також проведено перерахунок обсягів в одиниці споживання «DDDs/1000 жителів України/добу». Визначено, що обсяг продажів АЛЗ значно менший за потенційну ємкість ринку цих АЛЗ, що свідчить про привабливість і перспективність розвитку товарного ринку за рахунок неохопленої частини споживачів, які потребують лікування або профілактики, але наразі не отримують їх через різні причини.