

УДК 615.243:339.13

А. В. ВОЛКОВА

*Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

## ОЦІНКА ІДЕАЛЬНОЇ ПОЗИЦІЇ ТОРГОВОЇ МАРКИ ПРОТИВИРАЗКОВОГО ПРЕПАРАТУ НА ПРИКЛАДІ ГРУПИ РАБЕПРАЗОЛУ

*На підставі попередніх досліджень ринку противиразкових лікарських препаратів та його сегментів, чинників впливу на формування потенціалу торгових марок препаратів проведено аналіз перспективного конкурентного потенціалу на прикладі групи рабепразолу. За результатами аналізу з використанням багатокритеріального вибору методом нечіткого логічного виводу встановлено, що більш перспективною за заданими критеріями є торгова марка препарату рабепразолу «Геєрді» виробництва «Mili Healthcare» (Великобританія).*

**Ключові слова:** противиразкові препарати, рабепразол, торгові марки, ринкова позиція, математичне моделювання.

### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Проблема виразкової хвороби шлунку та дванадцятипалої кишки звертає на себе увагу вчених багатьох країн світу і вважається хворобою XXI сторіччя. Серед усіх патологій шлунково-кишкового тракту виразкова хвороба є найбільш поширена, до того ж більше 10 % хворих віком від 18 до 40 років і кожного року спостерігається тенденція до збільшення чисельності хворих серед підлітків і дітей [2, 9, 11]. Хронічний характер даної патології та розвиток деструктивних процесів спричиняє тривалу втрату працездатності хворими та їх інвалідизацію [1, 7, 9-11].

Саме тому велика увага приділяється лікуванню захворювань шлунково-кишкового тракту, а потреби фармацевтичного ринку у високоякісних та ефективних лікарських препаратах (ЛП) постійно зростають. Насичення ринку конкурентоспроможними противиразковими ЛП в свою чергу призводить до необхідності виробникам ліків оцінювати перспективи розвитку своїх торгових марок (ТМ) та формувати заходи щодо посилення їх конкурентного потенціалу.

### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Останнім часом науковці та лікарі-практики загострюють увагу на необхідності використання комплексного підходу до лікування пептичних виразок на ранніх стадіях, перегляді схем

фармакотерапії з метою зменшення ускладнень після лікування та актуальності розробки противиразкових ЛП пролонгованої дії [2, 7, 9-12]. Також велика увага приділяється дослідженню ринку гастроентерологічних засобів та фармако-економічному аналізу фармакотерапії виразкової хвороби шлунку та дванадцятипалої кишки [1, 3-5].

### ВИДІЛЕННЯ НЕ ВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Незважаючи на великий обсяг досліджень щодо проблем лікування пептичних виразок та їх ускладнень, питання дослідження розвитку ринку ТМ противиразкових ЛП, визначення комплексу факторів впливу на сучасний стан цього сегменту ринку ліків та оцінки можливостей формування конкурентного потенціалу противиразкових ЛП на сьогодні не розглядались.

### ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою нашого дослідження стало проведення аналізу факторів впливу на формування конкурентного потенціалу сегменту противиразкових ЛП та їх ТМ і моделювання ідеальної позиції ТМ противиразкового препарату на прикладі групи рабепразолу.

В ході дослідження нами використано матеріали власних попередніх досліджень та інформаційно-аналітичні матеріали дослідницьких компаній, в якості методів аналізу застосовано маркетинговий та графічний, математико-ста-

© Волкова А.В., 2015

тистичні методи, зокрема, метод нечіткого логічного виводу.

### ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Основними засобами при терапії пептичної виразки є традиційні антацидні ЛП неорганічного походження та антисекреторні засоби. До числа антисекреторних ЛП відносять М-холіноблокатори (атропін, платифілін, пірензепін), H<sub>2</sub>-блокатори гістамінових рецепторів (ранітидин, фамотидин) та інгібітори протонної помпи (омепразол, пантопрозол, лансопрозол, рабепразол, езомепразол).

Станом на початок 2014 р. загальна ємкість українському фармацевтичному ринку ЛП, які впливають на травну систему і метаболізм, становила 278,4 млн. упаковок на загальну суму 7089170 тис. грн., серед яких сегмент ЛП для лікування кислотозалежних захворювань склав 10,2% у натуральних та 9,7% у грошових показниках.

За результатами аналізу ринку ЛП для лікування пептичної виразки та гастроєзофагеальної рефлюксної хвороби встановлено, що асортимент даного сегменту досить широкий і представлений виробниками з 24 країн, до того ж спостерігається тенденція до збільшення кількості виробників та відповідно чисельності ЛП [4-5].

На попередньому етапі нашого дослідження щодо перспективності розвитку сегментів противиразкових ЛП проведено узагальнення факторів впливу на формування конкурентного потенціалу відповідних груп препаратів. Так, виокремлено наступні чинники впливу: динаміка захворюваності; кількість торговельних марок препаратів-синонімів та аналогів за механізмом дії; динаміка реалізації на ринку у натуральних та грошових показниках; динаміка роз-

дільної ціни; наявність в аптеках; терапевтична ефективність; частота призначення лікарів; оцінка перспективності застосування, рівень довіри до групи ЛП. Відповідно аналізу встановлено, що найбільш чутливими до змін зазначених факторів є сегменти омепразолу та лансопразолу, натомість, більш перспективним і стабільним до незначних змін у конкурентному середовищі є сегмент рабепразолу [8].

Сьогодні ЛП рабепразолу представлені на українському ринку виробниками 9 країн на загальну суму 37510,6 тис. грн. Найбільша частка у грошових показниках належить підприємству «Rowtech» (Великобританія), яке поставляє на ринок України препарати рабепразолу під ТМ «Разол». Сегмент українського виробництва представлений лише ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я», яке виробляє рабепразол під ТМ «Рабепразол-Здоров'я» і часта якого становить лише 0,36% у грошовому виразі. Натомість лідером за кількістю ЛП у натуральних показниках є підприємство «Mega Lifesciences» (Таїланд), часта якого більше 50%, що пояснюється нижчою ціною на ЛП під ТМ «Барол». На рис. 1 наведено загальний розподіл часток фірм-виробників відповідно обсягів продажів за останній рік.

Враховуючи отримані дані за результатами маркетингового аналізу ринку та дані попередніх досліджень чинників впливу на формування конкурентного потенціалу ТМ противиразкових ЛП [3, 8], нами проведено оцінку перспективного конкурентного потенціалу ТМ препаратів рабепразолу методом нечіткого відношення переваг [6].

Для кожного з факторів побудовано нечіткі множини «Бажане значення чиннику» та визначено ступінь приналежності ТМ аналізує-

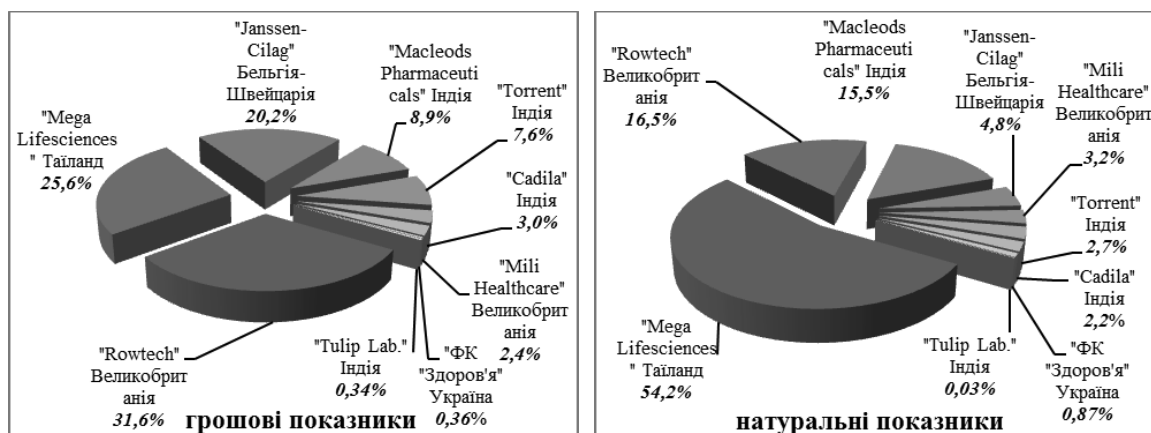


Рис. 1. Співвідношення часток виробників ЛП рабепразолу

мого сегменту противиразкових ЛП до заданої множини шляхом визначення критеріїв-стимуляторів і дестимуляторів та їх граничних значень. За результати розрахунків отримано нечіткі множини і з використанням алгоритму багатокритеріального вибору на основі нечіткого відношення переваг, привабливою визначено альтернативу А3, тобто більш перспективною за заданими критеріями є ТМ рабепразолу «Геєрдин» виробництва «Mili Healthcare» (Великобританія). Більш чутливими до змін зазначених чинників є позиції ТМ індійського виробництва – «Велоз» (підприємство «Torrent») та «Рабелок» (підприємство «Cadila»). Загалом, позиції більшості ТМ сегменту є чутливими до коливань ціни, зміни рівня довіри до виробника та довіри до самої ТМ (рис. 2).

Таким чином, можна відзначити, що проведення комплексного аналізу ринку ЛП з визначенням сукупності факторів впливу на нього дозволяє оцінити, розвиток яких із базових конкурентних переваг (якісних, цінових, позиції на ринку, маркетингової підтримки), або їх сукупність є більш доцільним для розвитку ТМ окремих ринкових сегментів препаратів. В свою чергу пошук стратегічних рішень по розвитку на рівні ТМ фармацевтичними підприємствами повинен повністю базуватися на зовнішній та внутрішній інформації щодо ресурсів конку-

рентоспроможності. Співставлення даних щодо зовнішніх умов конкурентного середовища та внутрішніх можливостей ЛП надає можливість оцінити поточний конкурентний потенціал ТМ та вплинути на формування перспективного.

### ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗРОБОК

На підставі проведених маркетингових досліджень сегментів групи противиразкових ЛП та оцінки особливостей застосування цих препаратів, обґрунтовано використання методу нечіткого логічного виводу для визначення перспективності даних сегментів. На прикладі ЛП рабепразолу проведено аналіз перспективного конкурентного потенціалу ТМ за допомогою багатокритеріальної оцінки методом нечіткого логічного виводу.

Встановлено, що визначення наявного конкурентного потенціалу, комплексу чинників впливу на перспективний потенціал та вагомості цих факторів надає можливість оцінити напрямок розвитку як окремої ТМ, так і сегменту в цілому. Використання такого підходу фармацевтичними виробниками є підґрунтям подальшого формування стратегічних маркетингових планів та програм по конкретному противиразковому ЛП, що в свою чергу підвищують їх конкурентоспроможність на фармацевтичному ринку.

Criterion	Unit	Weight	Барол	Велоз	Геєрдин	Парієт	Рабелок	Рабепразол	Рабізол	Рабімак	Разо
Динаміка захворюваності	%	5	1,09	1,09	1,09	1,09	1,09	1,09	1,09	1,09	1,09
Кількість ТМ	штук	4	8	8	8	8	8	8	8	8	8
Кількість ТМ препаратів-аналогів	штук	5	54	54	54	54	54	54	54	54	54
Динаміка наявності на ринку в	%	5	1031,90	-15,10	1417,45	-45,54	-87,20	-89,06	38,99	151,66	228,12
Динаміка наявності на ринку в	%	5	1223,57	27,83	2412,68	1,91	-90,20	-48,69	38,11	33,98	442,82
Динаміка роздрібної ціни	%	9	43,27	52,44	68,43	83,06	-8,69	-22,74	-0,78	-46,31	62,88
Середня роздрібна ціна	грн	9	1,23	7,86	2,10	15,59	4,94	2,19	2,31	1,85	5,64
Динаміка наявності в аптеці	%	8	32,67	-10,23	442,72	24,98	-46,46	-67,32	66,23	187,31	118,43
Терапевтична ефективність	dmnl	10	3,77	4,52	4,69	5,00	3,67	3,98	3,28	3,31	4,28
<b>Частота призначення</b>	<b>-</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
завжди	%	25	0,00	0,00	0,00	20,87	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
часто	%	25	35,17	50,06	50,00	60,16	0,00	27,14	0,00	53,40	56,10
іноді	%	25	50,02	49,94	50,00	18,97	53,52	24,85	100,00	28,83	43,90
ніколи	%	25	14,81	0,00	0,00	0,00	46,48	48,01	0,00	17,77	0,00
Проінформованість про торгівлю	dmnl	9	0,87	0,93	0,97	1,00	0,95	0,94	0,91	0,95	0,97
Рівень довіри до виробника	бал	6	6,25	5,82	8,69	9,38	5,09	5,75	5,14	5,06	7,20
Рівень довіри до ТМ	бал	7	6,81	6,01	7,33	9,46	5,12	5,57	?	5,59	6,58
<b>Оцінка перспективності</b>	<b>-</b>	<b>9</b>	<b>3-9</b>	<b>1-9</b>	<b>1-9</b>	<b>1-9</b>	<b>1-8</b>	<b>1-8</b>	<b>1-9</b>	<b>1-9</b>	<b>1-9</b>
пспективна	dmnl	33	63,14	51,06	74,70	83,33	?	?	?	?	32,58
умовно перспективна	dmnl	33	21,85	48,94	25,30	16,67	87,10	89,01	84,54	67,67	67,42
неперспективна	dmnl	33	15,01	?	?	?	12,90	10,99	15,46	32,33	?
<b>Overall Ranking</b>			<b>2-4</b>	<b>8-9</b>	<b>1</b>	<b>4-8</b>	<b>4-8</b>	<b>4-8</b>	<b>2-9</b>	<b>2-4</b>	<b>4-8</b>

Рис. 2. Результат багатокритеріального вибору перспективної ТМ рабепразолу

**ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ  
ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ**

1. Грушківська Д. Т. Фармакоеконімічні аспекти медикаментозного забезпечення хворих із виразковою хворобою шлунка та дванадцятипалої кишки / Д. Т. Грушківська // Фармацевтичний часопис. – 2014. – № 4 (32). – С. 125-128.
2. Ингибиторы протонной помпы при гастроэзофагеальной рефлюксной болезни: стоит ли ждать полного оправдания надежд или признать легкое разочарование? Часть I / Н. Б. Губергриц, О. А. Голубова, Г. М. Лукашевич [та ін.] // Сучасна гастроентерологія. – 2013. – № 2 (70). – С. 99-103.
3. Івченко А. В. Фармакоеконімічний аналіз лікування хворих з пептичними виразками / А. В. Івченко, М. М. Слободянюк // Запорозький мед. журн. – 2009. – Т. 11, № 6. – С. 108-111.
4. Котвицька А. А. Изучение тенденций развития рынка лекарственных препаратов для лечения язвенной болезни желудка в Украине / А. А. Котвицька, В. П. Ходаковская // Вестник Таджикского национального университета. Серия естественных наук. – 2014. – № 1/3 (134). – С. 181-186.
5. Котвицька А.А. Маркетинговий аналіз асортименту гастроентерологічних лікарських засобів на прикладі інгібіторів протонної помпи / А.А. Котвицька, В.П. Ходаківська // Фармаком. – 2013. – № 1. – С. 100-106.
6. Пилиньский М. Нейронные сети, генетические алгоритмы и нечеткие системы / М. Пилиньский, Д. Рутковская, Л. Рутковский. – М. : Горяч.Линия-Телеком, 2007. – 452 с.
7. Про складові ефективності антигелікобактерної терапії при *H. pylori*-асоційованих захворюваннях органів травлення / Г. В. Осьодло, С. М. Прокопчук, О. М. Войцеховський та ін. // Сучасна гастроентерологія. – 2014. – № 3 (77). – С. 73-79.
8. Слободянюк М.М. Оцінка конкурентного потенціалу сегментів противиразкових лікарських препаратів / М.М. Слободянюк, А.В. Івченко // Український журнал клінічної та лабораторної медицини. – 2011. – Т. 6, №3. – С. 102-105.
9. Фадеевко Г. Д. Гастроэзофагеальная рефлюксная болезнь и *Helicobacter pylori* / Г. Д. Фадеевко, А. Е. Гриднев // Сучасна гастроентерологія. – 2014. – № 1 (75). – С. 93-96.
10. Meta-analysis: Esomeprazole or Rabeprazole vs. First-generation Pump Inhibitors in the Treatment of *Helicobacter pylori* Infection / A. G. McNicholl, P. M. Linares, O. P. Nyssen, etc. // Alimentary Pharmacology & Therapeutics. – 2012. – Vol. 36 (5). – P. 414-425.
11. Rabeprazole, clarithromycin, and amoxicillin *Helicobacter pylori* eradication therapy: Report of an efficacy study / C. A. Onyekwere, J. N. Odiagah, R. Igetei, A. O. Duro Emanuel, F. Ekere, S. Smith // World Journal of Gastroenterology. – 2014. – Vol. 20. – P. 3615-3619.
12. Randomized trial comparing rabeprazole-versus lansoprazole-based *Helicobacter pylori* eradication regimens / Meng-Kwan Liu, I-Chen Wu, Chien-Yu Lu, etc. // Kaohsiung Journal of Medical Sciences. – 2013. – Vol. 29. – P. 379-384.

**УДК 615.243:339.13**

**А.В. Волкова**

**ОЦЕНКА ИДЕАЛЬНОЙ ПОЗИЦИИ ТОРГОВОЙ МАРКИ ПРОТИВОЯЗВЕННОГО ПРЕПАРАТА НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ РАБЕПРАЗОЛА**

На основании предыдущих исследований рынка противоязвенных лекарственных препаратов и его сегментов, факторов влияния на формирование потенциала торговых марок проведен анализ перспективного конкурентного потенциала на примере группы рабепразола. По результатам анализа с использованием многокритериального выбора методом нечеткого логического вывода установлено, что более перспективной по заданным критериям является торговая марка препарата рабепразола «Геердин» производства «Mili Healthcare» (Великобритания).

**Ключевые слова:** противоязвенные препараты, рабепразол, торговые марки, рыночная позиция, математическое моделирование.

**UDC 615.243:339.13**

**A. V. Volkova**

**EVALUATION IDEAL POSITION TRADEMARK MEDICINE FOR PEPTIC ULCER AT A GROUP OF RABEPRAZOLE**

Based on previous researches of medicine for peptic ulcer market and its segments, the factors influencing the capacity building trademarks of the prospective competitive potential at a group of rabeprazole was analyzed. According to the analysis using multi-criteria selection by fuzzy inference found that more promising criteria is trademark medicine rabeprazole "Geerdin" production «Mili Healthcare» (United Kingdom).

**Key words:** medicine for peptic ulcer, rabeprazole, trademarks, market position, mathematical modeling.

*Адреса для листування:*  
м. Харків, вул. Блюхера, 4,  
Кафедра соціальної фармації НФаУ  
Тел.: 098-756-19-64; (0572) 67-91-81  
E-mail: volkova.nfau@gmail.com

Надійшла до редакції:  
02.04.2015 р.