

ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ СПОЖИВЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ РИНКУ АНТИГЕЛЬМІНТНИХ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ

З.М.Мнушко, Ю.В.Попова

Національний фармацевтичний університет

Ключові слова: антигельмінтні лікарські засоби; ємність ринку; споживчий потенціал ринку; втрата частки потенціалу ринку

Визначено асортимент лікарських препаратів антигельмінтної дії, присутніх на фармацевтичному ринку України. Здійснено аналіз динаміки реєстрації антигельмінтних лікарських засобів. Наведені теоретичні підходи до визначення споживчого потенціалу ринку антигельмінтних лікарських препаратів. Розраховано ємність ринку антигельмінтних лікарських засобів у загальній ємності фармацевтичного ринку України, визначено тенденції його розвитку. Проведено аналіз зміни середньозваженої вартості упаковки лікарського препарату антигельмінтної дії у динаміці. Визначені препарати-лідери за обсягами продажу та наведено аналіз співвідношення обсягів продажу лікарських препаратів антигельмінтної дії з показниками їх ефективності. Виділено групи факторів, які зумовлюють втрату частки потенційного ринку підприємств-виробників та торгових посередників.

Рівень здоров'я людини визначається природними факторами зовнішнього середовища, що пов'язані з діяльністю суспільства. Негативний вплив антропогенних змін є серйозною причиною порушення здатності організму людини активно адаптуватися до умов навколишнього середовища. У результаті цього зростає ураженість населення на паразитарні хвороби, зокрема на гельмінтози. Поряд зі своєю патологічною дією гельмінти впливають на фізичний та розумовий стан людини. До числа патологічних змін входить ураження печінки і легень, кишкова непрохідність, анемія та ін. [11, 12, 13, 14]. Тому забезпечення населення України ефективними та якісними антигельмінтними (АГ) лікарськими препаратами на всіх рівнях медичної та фармацевтичної допомоги є актуальною проблемою на теперішній час.

Аналіз останніх публікацій показав, що було проведено ком-

плексне маркетингове вивчення ринку ряду груп препаратів, наприклад, гастроентерологічних лікарських засобів [3]; протигрибкових лікарських засобів [8]; лікарських препаратів групи антидепресантів [9]; ліків, які використовують при лікуванні хворих на патологію нирок [10] тощо. Проте дослідження споживчого потенціалу та динаміки розвитку ринку АГ лікарських препаратів не проводилось.

Метою нашої роботи є аналіз стану фармацевтичного ринку лікарських засобів антигельмінтної дії, зокрема його споживчого потенціалу та динаміки ємності.

Матеріали та методи

Об'єктом досліджень стала інформація щодо обсягів продажу лікарських препаратів антигельмінтної дії в натуральному та грошовому виразі за період з 1 кварталу 2005 р. по 1 квартал 2007 р. включно. У ході роботи використано методи: історичний, логічний,

моніторинг, статистико-математичний, графічний.

Результати та їх обговорення

На 07.2007 р. до Державного реєстру лікарських засобів внесені 8 міжнародних назв АГ лікарських препаратів, що представлені 37 торговими найменуваннями, серед яких 3 лікарських засоби рослинного походження.

На вітчизняний фармацевтичний ринок препарати антигельмінтної дії, окрім українських виробників, поставляють 13 фармацевтичних фірм із 7 зарубіжних країн. Лідируюча позиція цього товарного сегменту ринку належить Індії. Звідти поставляють 14 АГ лікарських препаратів від 7 фірм-виробників, що складає 37,84% внутрішньогрупового асортименту. На другому місці знаходиться Україна, де 13 лікарських препаратів виробляють на 8 підприємствах (35,14%). Також вітчизняний фармацевтичний ринок представлений компанією "Gedeon Richter" (Угорщина) та фірмою "Lab Innotech International" (Франція), що поставляють по 3 лікарських засоби (по 8,11%). Інші країни

Таблиця 1

Місткість роздрібного фармацевтичного ринку лікарських препаратів та питома вага антигельмінтних лікарських препаратів

Період, 1 кв., рік	Обсяг продажу всіх лікарських препаратів, млн грн	Реалізація АГ лікарських препаратів		Обсяг продажу всіх лікарських препаратів, млн упаковок	Реалізація АГ лікарських препаратів	
		обсяг продажу, млн грн	питома вага АГ лікарських препаратів, %		обсяг продажу, млн упаковок	питома вага АГ лікарських препаратів, %
2005	1375,70	3,73	0,27	256,10	1,18	0,46
2006	2069,40	4,07	0,20	335,50	1,08	0,32
2007	2365,30	4,92	0,21	307,70	1,12	0,36

(Бельгія, Польща, Німеччина, Канада) поставляють по одному препарату антигельмінтної дії на фармацевтичний ринок України (по 2,7%).

Відмічається зниження кількості зареєстрованих АГ лікарських препаратів в порівнянні з 2005-2006 рр. На той час була зареєстрована 41 торгова назва лікарських засобів антигельмінтної дії, що вироблялися 24 фірмами, які представляли 9 країн. На теперішній час відсутня реєстрація наступних препаратів: “Мебендазол”, табл. 100 мг №6 (“Grindeks”, Латвія); “Мебендазол-ФС”, табл. 0,1 г конт. чарунк. уп. №6 (“Фарма Старт”, Україна); “Вормін”, табл. 100 мг №6, №144 (“Cadila”, Індія); “Ворміл”, сусп., табл. жув. 400 мг №3, (“Mili Healthcare”, Англія).

Головним напрямком маркетингового дослідження ринку є визначення його реальної місткості та потенціалу. Під потенціалом ринку розуміють сукупність виробничих і споживчих можливостей суб'єктів господарювання, які обумовлюють рівноваж-

ний попит і пропозицію. Він складається з виробничого та споживчого потенціалу. Споживчий потенціал визначається як кількість продукції, яку споживач бажає і має змогу придбати за визначений проміжок часу. Він розраховується по ринках конкретних товарів за визначений період у фізичних одиницях або у грошовому виразі. Саме цей показник демонструє принципово можливий обсяг збуту і дозволяє оцінити перспективність і привабливість ринку. Споживчий потенціал ринку називають також ємністю (місткістю) ринку з точки зору попиту [2, 6, 19].

Згідно з результатами 1 кв. 2007 р. обсяг роздрібного фармацевтичного ринку сягнув відмітки 2,8 млрд грн і 471,4 млн уп., збільшившись відносно 1 кв. 2006 р. на 17,1% у грошовому і зменшившись на 4,4% в натуральному виразі [5]. Ємність ринку АГ лікарських засобів із зазначенням їх питомої ваги в загальній місткості фармацевтичного ринку представлена у табл. 1. Визначені обсяги продажу препаратів зазначеної

групи у натуральному та грошовому виразі. За результатами 1 кв. 2007 р. ємність ринку АГ лікарських препаратів склала 4,92 млн грн у грошовому та 1,12 млн уп. у натуральному виразі, збільшившись відносно аналогічного періоду минулого року на 20,88% і 3,70% відповідно. Питома вага АГ засобів у загальній ємності фармацевтичного ринку лікарських препаратів у 1 кв. 2007 р. збільшилась як у грошовому, так і в натуральному виразі на 0,01% і 0,04% відповідно відносно аналогічного періоду 2006 р., склавши при цьому 0,21% у грошовому та 0,36% у натуральному виразі.

Превалювання темпів зростання обсягів продажу АГ лікарських препаратів у грошовому виразі над такими в натуральному свідчить про зростання середньозваженої вартості 1 упаковки АГ лікарського препарату (рис. 1). З початку періоду, що аналізується, відмічається поступове збільшення середньозваженої вартості 1 упаковки АГ лікарського препарату на 38,61% з 3,16 грн у 1 кв. 2005 р. до 4,38 грн у 1 кв. 2007 р.

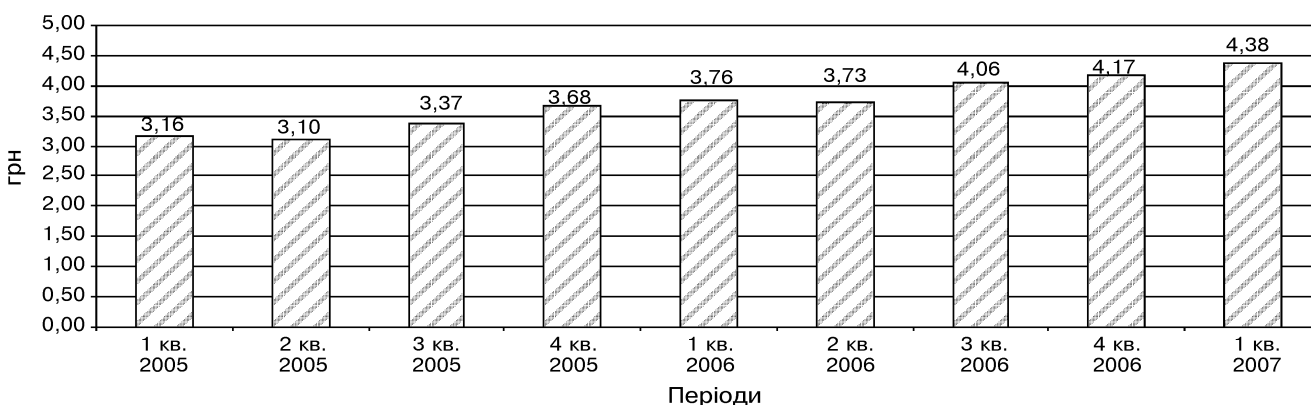


Рис. 1. Динаміка середньозваженої вартості 1 упаковки АГ лікарського препарату

Таблиця 2

Динаміка обсягів продажу антигельмінтних лікарських препаратів

Торгова назва лікарського препарату	Обсяг продажу в натуральному виразі				
	млн уп.	млн уп.	зміни показників, %	млн уп.	зміни показників, %
	1 кв. 2005 р.	1 кв. 2006 р.		1 кв. 2007 р.	
Ворміл, табл. жув. 400 мг №3 ("Mili Healthcare", Англія)	0,085	0,141	+65,880	0,207	+46,810
Пірантел, табл. 250 мг №3 ("Genom Biotech", Індія)	0,079	0,154	+94,940	0,199	+29,220
Левамізолу г/х, табл. 0,15 г уп. №1 ("Здоров'я", Україна)	0,145	0,144	-0,690	0,143	-0,690
Вермокс, табл. 100 мг №6 ("Gedeon Richter", Угорщина)	0,120	0,103	-14,170	0,094	-8,740
Піперазину адипінат, табл. 0,2 г уп. №10 ("Дарниця", Україна)	0,139	0,044	-68,350	0,082	+86,360
Декаріс, табл. 150 мг №1 ("Gedeon Richter", Угорщина)	0,077	0,090	+16,880	0,082	-8,890
Пірантел, сусп.фл. 15 мл №1 ("Medana Pharma", Польща)	0,024	0,013	-45,830	0,060	+361,540
Вермокс, табл. 100 мг №6 ("Janssen", Бельгія)	0,022	0,054	+145,450	0,052	-3,700
Ворміл, сусп. фл. 10 мл №1 ("Mili Healthcare", Англія)	0,014	0,014	рівень	0,041	+192,860
Декаріс, табл. 50 мг №2 ("Gedeon Richter", Угорщина)	0,047	0,056	+19,150	0,039	-30,360
Інші	0,430	0,270	-37,210	0,124	-54,070
Разом	1,181	1,082	-8,380	1,123	+3,790

Невід'ємною частиною аналізу споживчого потенціалу ринку є визначення динаміки обсягів продажу лікарських препаратів. Своєчасне виявлення їх змін сприяє прийняттю раціональних маркетингових рішень, що приводить до збільшення прибутку та конкурентоспроможності підприємства [15, 20].

Дослідження обсягів продажу лікарських препаратів антигельмінтної дії дозволило нам сформулювати перелік 10-ти препаратів-лідерів, наведених у табл. 2. Перше місце посідає "Ворміл", табл. жув. 400 мг №3 ("Mili Healthcare", Англія) з обсягом продажу 0,207 млн уп., що перевищує зазначений показник на 46,81% у порівнянні з аналогічним періодом 2006 р.

Загалом у 1 кв. 2007 р. у порівнянні з 1 кв. 2006 р. спостерігається збільшення обсягів продажу препаратів "Пірантел" ("Genom Biotech", Індія); "Піперазину адипінат" ("Дарниця", Украї-

на); "Пірантел" ("Medana Pharma", Польща); "Ворміл" ("Mili Healthcare", Англія) — на 29,22%; 86,36%; 361,54%; 192,86% відповідно.

У лікарських засобів "Левамізолу г/х" ("Здоров'я", Україна); "Вермокс" ("Gedeon Richter", Угорщина); "Декаріс", табл. 150 мг №1 ("Gedeon Richter", Угорщина); "Вермокс" ("Janssen", Бельгія); "Декаріс", табл. 50 мг №2 ("Gedeon Richter", Угорщина) відмічено зниження обсягів продажу у 1 кв. 2007 р. у порівнянні з 1 кв. 2006 р. на 0,69%; 8,74%; 8,89%; 3,70%; 30,36% відповідно.

Раніше були проведені дослідження з визначення ефективності лікарських засобів антигельмінтної дії серед лікарів-педіатрів [7] дозволили нам співвіднести дані щодо обсягів продажу препаратів з показниками ефективності АГ лікарських засобів. Показник ефективності оцінювався лікарями за десятибальною шка-

лою. До найбільш ефективних були віднесені препарати "Немозол", табл. 400 мг №10 ("Ірса", Індія) — 9 балів; "Немозол", сусп. ("Ірса", Індія) — 9 балів; "Немоцид", табл. 250 мг №3 і №30 ("Ірса", Індія) — 9,1 балів; "Вермокс", табл. 100 мг №6 ("Gedeon Richter", Угорщина) — 8,9 балів; "Ворміл", табл. 400 мг №3 ("Mili Healthcare", Англія) — 8 балів. Як бачимо, "Немозол", табл. 400 мг №10; "Немозол", сусп.; "Немоцид", табл. 250 мг №3; "Немоцид", табл. 250 мг №30; "Немоцид", сусп. не потрапили до переліку препаратів-лідерів за показниками реалізації і займають у ньому позиції 19, 24, 12, 20, 16 відповідно. Проте, навпаки, такі препарати як "Левамізолу г/х" (7,9 балів), "Декаріс" (7,5 балів), "Піперазину адипінат" (6,3 балів) згідно з думкою лікарів менш ефективні, ніж вказані раніше препарати, але відповідно до обсягів продажу, наведених у табл. 2, користуються найбільшим попитом.



Рис. 2. Групи факторів, що призводять до втрати частки потенційного ринку

На ємність ринку впливає багато факторів і зміна кожного з них може змінювати розмір споживчого потенціалу ринку АГ лікарських засобів (рис. 2). Наприклад, значно знижує споживчий потенціал ринку недостатня діагностика гельмінтозів, що зумовлює значну різницю між статистичними та фактичними показниками захворюваності. Встановлено, що в середньому щорічно реєструється до 500 тис. випадків ентеробіозу. Проте за результатами експертних оцінок число людей, інвазованих ентеробіозом, на території України може сягати 5 млн осіб [1]. Діагностика деяких гельмінтозів (токсокароз, дифіляріоз) є доволі складною проблемою, що обумовлено відсутністю типових клінічних проявів захворювань, стандартних лабораторних методів діагностування, а також недостатньою обізнаністю лікарів з цією проблемою [4,

16, 17, 18]. Відсутність національної програми боротьби з гельмінтозами та обмежене державне фінансування для здійснення лікувально-профілактичних заходів уповноваженими на це установами призводять до недостатньої поінформованості населення щодо АГ лікарських препаратів та наслідків захворювання на гельмінтози. Зниження платоспроможності населення і його низька схильність до здійснення профілактичних заходів та лікування, а також усі зазначені вище фактори зумовлюють зменшення кількості зареєстрованих випадків гельмінтозів і кількості лікарських препаратів антигельмінтної дії, придбаних хворими, що впливає на місткість потенційного ринку. Така ситуація зумовлює втрату частки потенційного ринку взагалі та часток ринку і прибутку виробників АГ лікарських препаратів зокрема. Виходячи з цього, подальші

дослідження мають бути спрямовані на прогнозування кількісних показників вказаних втрат та вірогідних ризиків підприємств.

ВИСНОВКИ

1. Розраховано споживчий потенціал фармацевтичного ринку АГ лікарських засобів у 2005-2007 рр. Визначені тенденції його розвитку.

2. На підставі розрахунків середньозваженої вартості 1 упаковки АГ засобу встановлена тенденція до її зростання, що позначається на потенціалі ринку.

3. Здійснено аналіз співвідношення динаміки обсягів продажу лікарських препаратів антигельмінтної дії з показниками їх ефективності, визначені препарати-лідери.

4. Виділено групи факторів, що впливають на загальну ємність ринку АГ лікарських препаратів та призводять до втрати частки потенційного ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бодня Е.И., Марченко В.Г., Степанченко К.А. //Эпидемиология, экология и гигиена: Сб. мат. 8-ой итог. регион. научно-практ. конф. / Под ред. И.С.Кратенко. — Х., 2001. — Вып. 4. — С. 74-75.
 2. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підруч. — 5-те вид., доп. — К.: Лібра, 2007. — 720 с.
 3. Гром О.Л., Сятиня В.Я., Гром Я.О. //Фармац. журн. — 2005. — №4. — С. 71-75.

4. Дубинська Г.М., Коваль Т.І., Богініч Л.Ф. та ін. //Тези. IV з'їзду мікробіол., епідеміол. — П., 2004. — С. 116.
5. Еженедельник "Аптека". — 2007. — №18 (589). — С. 92-93.
6. Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. / За ред. С.М.Ілляшенка. — К.: Центр навч. літ., 2006. — 192 с.
7. Мнушко З.М., Попова Ю.В. //Вісник фармації. — 2006. — №3 (47). — С. 35-40.
8. Мнушко З.М., Тіманюк І.В. //Вісник фармації. — 2005. — №1 (41). — С. 57-60.
9. Мнушко З.Н., Коберник Т.Н. //Провизор. — 2002. — №18. — С. 19-21.
10. Толочко В.М., Єрмоленко Т.І. //Фармац. журн. — 2005. — №4. — С. 82-87.
11. Capron A., Capron M. //Int. Arch. Allergy Immunol. — 2001. — №124. — P. 9-15.
12. Curwen R., Ashton P., Johnston D. et al. //Mol. Biochem. Parasitol. — 2004. — №138. — P. 57-66.
13. Driscoll P. //Advanced Med. Technol. — 2007. — №3. — P. 18-25.
14. Herestrom P., Henriscon K., Raberg A. //J. Investig. Allergol. Clin. Immunol. — 2001. — Vol. 11 (3). — P. 60-157.
15. Kolassa E. //J. of Pharmac. Marketing and Management. — 2002. — Vol. 14, №3-4. — P. 101-108.
16. Mutapi F. //J. of Infect. Dis. — 2005. — №192. — P. 1108-1117.
17. Mutapi F., Hagan P., Woolhouse M. et al. //Parasite Immunol. — 2003. — №25. — P. 87-97.
18. Nicolaos A. The market for generic biologics: issues, trends, and market potential. — 2005. — 150 p.
19. Wilkie W., Moore E. //J. of Pharmac. Marketing and Management. — 2002. — Vol. 14, №3-4. — P. 11-57.
20. Wilson T., Anell B. //Global Competitiveness: Annual. — 2001. — P. 43-51.

Адреса для листування: 61002, м. Харків,
вул. Пушкінська, 53. Тел. (057) 706-30-63.
Національний фармацевтичний університет

Надійшла до редакції 01.11.2007 р.