

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

Є.В. КРИКАВСЬКИЙ, д.е.н., професор,
Н.С. КОСАР, к.е.н., доцент,
Н.С. ПИТУЛЯК, к.е.н.
Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна
uwkryk@polynet.lviv.ua

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕНДЕНЦІЙ РИНКУ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПРЕПАРАТІВ

Проведено маркетингові дослідження ринку фармацевтичних препаратів. Досліджено динаміку місткості ринку фармацевтичних препаратів за 2004-2013 рр., розраховано та проаналізовано його основні показники, динаміку питомої ваги аптечних продажів в загальному обсязі аптечних продажів по областях України за 2007-2009 рр. та 2012-2013 рр. Здійснено аналітичні дослідження структури суб'єктів ринку фармацевтичних препаратів. Узагальнено отримані результати проведених досліджень та розроблено рекомендації для покращення діяльності суб'єктів ринку фармацевтичних препаратів.

Ключові слова: маркетингові дослідження, ринок фармацевтичних препаратів, показники ринку фармацевтичних препаратів, аптеки, аптечні продажі, суб'єкти ринку фармацевтичних препаратів

Е.В. Крикавский, Н.С. Косар, Н.С. Питуляк
Маркетинговые исследования тенденций рынка фармацевтических препаратов

Проведено маркетинговые исследования рынка фармацевтических препаратов. Исследована динамика емкости рынка фармацевтических препаратов по 2004-2013 гг., рассчитаны и проанализированы его основные показатели, динамика удельного веса аптечных продаж в общем объеме аптечных продаж по областям Украины за 2007-2009 гг. и 2012-2013 гг. Осуществлены аналитические исследования структуры субъектов рынка фармацевтических препаратов. Обобщены полученные результаты проведенных исследований и разработаны рекомендации для улучшения деятельности субъектов рынка фармацевтических препаратов.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, рынок фармацевтических препаратов, показатели рынка фармацевтических препаратов, аптеки, аптечные продажи, субъекты рынка фармацевтических препаратов

E. Krykavskyy, N. Kosar, N. Pytulyak
Marketing research of pharmaceutical market trends

A market research of pharmaceuticals was made. The dynamic of market capacity pharmaceuticals for years 2004-2013, was calculated and analyzed by its basic parameters, dynamic share of pharmaceutical sales in total, pharmaceutical sales by regions of Ukraine between 2007-2009 and 2012-2013. Analytical study of the structure of objects of pharmaceutical market was made. Summarize the results of the research and recommendations for improving the activity of market pharmaceuticals.

Keywords: market research, pharmaceuticals market, basic parameters pharmaceuticals market, pharmacies, pharmaceutical sales, market actor's pharmaceuticals

В умовах падіння платоспроможного попиту та посилення конкуренції перед суб'єктами ринку фармацевтичних препаратів постає необхідність удосконалення своєї діяльності, основні напрями якої можна визначити за допомогою маркетингових досліджень. Саме вони дозволяють збирати, узагальнювати, систематизувати, аналізувати ринкову інформацію та визначати маркетингові можливості і загрози виробників та посередників на ринку. На підставі зібраної первинної та вторинної маркетингової інформації підприємства можуть виявити основні тенденції ринку, перспективні напрями розширення діяльності та появу нових сегментів ринку, передбачити дії конкурентів, а також розробити заходи щодо максимального пристосування своєї діяльності до змін середовища функціонування та вимог кінцевих споживачів.

Незважаючи на доведену ефективність від використання результатів маркетингових

© Є.В. Крикавський,
Н.С. Косар, Н.С. Питуляк, 2014

досліджень, вітчизняні підприємства, в тому числі і суб'єкти ринку фармацевтичних препаратів, недостатньо використовують у своїй діяльності ці маркетингові прийоми. Тому сьогодні проведення маркетингових досліджень повинно бути першочерговим заходом для них, а їх результати забезпечать формування стійкого та конкурентоспроможного бізнесу в майбутньому. Ці обставини обумовлюють актуальність дослідження.

У зарубіжній та вітчизняній спеціалізованій літературі багато уваги приділяється питанням маркетингових досліджень. Зокрема, висвітлюються теоретичні та прикладні аспекти, аналізуються та класифікуються методи, підходи та інструменти маркетингових досліджень. Серед зарубіжних науковців важливий внесок в розвиток теоретичних положень маркетингових досліджень зробили І. Ансофф, Г. Армстронг, В. Вонг, Є. Голубков, Ф. Котлер, М. Портер, Дж. Сондерс, Г. Черчилль [1; 2; 9; 12; 17]. Серед вітчизняних науковців проблеми маркетингових досліджень висвітлюють у своїх роботах С. Гаркавенко, В. Герасимчук, Н. Гончарова, В. Карпов, В. Кучеренко, Є. Крикавський, А. Старостіна [3; 4; 7; 15]. Серед науковців, що досліджують проблеми ринку фармацевтичних препаратів відомі своїми напрацюваннями Б. Громовик, О. Посилкіна [13; 14]. Незважаючи на велику кількість напрацювань у сфері маркетингових досліджень, немає достатньої кількості наукових напрацювань, що мають прикладний характер. Зокрема, не достатньо досліджені основні тенденції ринку фармацевтичних препаратів, немає ефективних розробок, що мають рекомендаційний характер для покращення діяльності суб'єктів ринку фармацевтичних препаратів.

Метою статті є проведення маркетингових досліджень тенденцій ринку фармацевтичних препаратів та розробка прикладних рекомендацій щодо покращення діяльності його суб'єктів з урахуванням визначених маркетингових можливостей.

В економічно розвинених країнах ринок фармацевтичних препаратів – один з найбільш рентабельних і прибуткових. Світовим лідером за місткістю ринку фармацевтичних препаратів у грошовому вираженні, яка у 2012 р. складала 234,4 млрд. дол. США і становила 41% від загальної місткості світового ринку, є США. Серед країн-лідерів за обсягами продажів на фармацевтичному ринку у 2012 р. була також Японія (100,7 млрд. дол. США), Китай (51,1 млрд. дол. США), Німеччина (36,5 млрд.

дол. США), Франція (26,5 млрд. дол. США), Бразилія (22,7 млрд. дол. США), Канада (19,5 млрд. дол. США) [26]. Серед країн СНД за місткістю фармацевтичного ринку на першому місці – Росія (15,7 млрд. дол. США), на другому – Україна (3,5 млрд. дол. США), на третьому – Казахстан (0,86 млрд. дол. США) [6].

В Україні ринок фармацевтичних препаратів перебуває на етапі розвитку, в той час як у розвинених країнах світу це один з найприбутковіших ринків. Сьогодні на ньому зареєстровано близько 20 тис. найменувань лікарських засобів, які охоплюють практично усі фармакотерапевтичні групи, здійснюють свою діяльність понад 500 фармацевтичних організацій [8, с. 18]. При цьому за результатами діяльності у першому півріччі 2013 р. лідером за обсягом роздрібного продажу лікарських засобів у грошовому вираженні є вітчизняна компанія «Фармак». До п'ятірки лідерів також увійшли такі компанії як «Берлін-Хемі», «Санofi», «Нікомед» та «Дарниця».

Серед основних тенденцій ринку фармацевтичних препаратів України за останніх 10 років можна відзначити зростання його місткості у грошовому вираженні (рис. 1).

Аналіз рис. 1 свідчить, що протягом останніх 10 років місткість ринку фармацевтичних препаратів зросла у 7 разів, а найбільший її приріст спостерігався у 2005 р. (на 36,4% або на 2,0 млрд. грн. до попереднього року) та у 2009 р. (на 35,3% або на 5,3 млрд. грн. до попереднього року). За останні п'ять років місткість ринку фармацевтичних препаратів України продовжувала зростати більш швидкими темпами. У 2010 р. вона збільшилася на 15,8% (3,2 млрд. грн.) до попереднього року і становила 23,5 млрд. грн. Протягом 2011 р. місткість досліджуваного ринку зросла на 15,7% або 3,7 млрд. грн. і становила 27,2 млрд. грн. У 2012 р. відбулося зростання місткості ринку фармацевтичних препаратів України на 16,5% (4,5 млрд. грн.) до попереднього року і вона досягла 31,7 млрд. грн. У 2013 р. тенденція до зростання місткості ринку фармацевтичних препаратів збереглася: у грошовому вираженні вона збільшилася на 13,2% (4,2 млрд. грн.) і становила 35,9 млрд. грн.

Серед країн СНД Україна сьогодні займає перше місце по збільшенню місткості фармацевтичного ринку у грошовому вираженні. Для порівняння місткість ринку фармацевтичних препаратів США у 2011 р. зросла на 3%, у 2012 р. зменшилася на 2% [26].



Рис. 1. Динаміка місткості ринку фармацевтичних препаратів України у грошовому та натуральному вираженні за 2004-2013 рр. [складено на основі 19-30]

В Японії у 2011 р. місткість ринку досліджуваних товарів зросла на 6%, у 2012 р. – на 1%; в Китаї у 2011 р. – на 17%, у 2012 р. – на 24%; у Німеччині у 2011 р. і 2012 р. зростала на 2% кожного року. Місткість ринку фармацевтичних препаратів Франції у 2011 р. не показала зростання, а у 2012 р. спостерігалася тенденція її зменшення на 2%. Найбільший приріст місткості фармацевтичного ринку в останні роки спостерігається в країнах Латинської Америки. Зокрема в Бразилії місткість ринку даних товарів у 2012 р. становила 22,7 млрд. дол. США, а її зростання у 2011 р. та 2012 р. відбувалося у розмірі 19% та 16% відповідно. У Венесуелі місткість ринку у 2012 р. становила 7,2 млрд. дол. США, а її зростання у 2011 р. та 2012 р. відбувалося у розмірі 35% та 37% відповідно. В Аргентині місткість ринку фармацевтичних препаратів у 2012 р. становила 5,6 млрд. дол. США, а її зростання у 2011 р. та 2012 р. склало 29% та 24% відповідно. Як бачимо, Україна за темпами зростання місткості ринку фармацевтичних препаратів у

грошовому вираженні входить у п'ятірку країн світу, в яких зростання місткості ринку є найбільшим.

Варто зазначити, що отримані результати дослідження тенденцій розвитку фармацевтичного ринку України протягом останніх 10 років у грошовому вираженні дають можливість зробити висновок, що у найближчі роки зростання місткості ринку продовжиться, а аналіз місткості фармацевтичних ринків у грошовому вираженні розвинених країн світу вказує на значний потенціал розвитку ринку фармацевтичних препаратів України, який прогнозовано найближчими роками може зрости у 2-3 рази. Проте зростання місткості ринку у грошовому вираженні може бути викликане як зростання попиту на фармацевтичні препарати, так і зростанням цін на них. В умовах фінансово-економічної кризи, інфляції більш важливим є другий чинник.

Проведемо дослідження і аналіз основних показників ринку фармацевтичних препаратів України, які наведені у табл. 1.

Таблиця 1
Показники ринку фармацевтичних препаратів України у період 2004-2013 рр.
[складено на основі 19-30]

Показники ринку	Роки									
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Місткість ринку у грошовому вираженні, млрд. грн.	5,5	7,5	9,5	12,4	15,0	20,3	23,5	27,2	31,7	35,9
Приріст місткості ринку у грошовому вираженні (до попереднього року), млрд. грн.	0,2	2,0	1,9	3,0	2,6	5,3	3,2	3,7	4,5	4,2

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Приріст місткості ринку у грошовому вираженні (до попереднього року), %	4,1	36,4	25,3	31,9	21,0	35,3	15,8	15,7	16,5	13,2
Місткість ринку у натуральному вираженні, млрд. упакувань	1,4	1,77	1,9	2,0	1,63	1,80	1,90	1,90	1,96	1,99
Приріст місткості ринку у натуральному вираженні (до попереднього року), млрд. упакувань	0,99	0,37	0,13	0,1	-0,34	0,17	0,1	–	0,06	0,03
Приріст місткості ринку у натуральному вираженні (до попереднього року), %	4,1	26,4	7,3	5,3	-17,0	10,4	5,6	–	3,1	1,5
Середньозважена вартість одного упакування лікарського засобу, грн.	3,93	4,8	5,0	6,2	9,2	11,28	12,37	14,32	16,17	18,02
Зміна вартості одного упакування лікарського засобу (до попереднього року), грн.	–	0,87	0,2	1,2	3,0	2,08	1,09	1,95	1,85	1,85
Зміна вартості одного упакування лікарського засобу (до попереднього року), грн.	–	22,1	4,2	24,0	48,4	22,6	9,7	15,8	12,9	11,4
Кількість населення України за даними Державної служби статистики України, млн. осіб	47,45	47,11	46,79	46,51	46,26	45,87	45,69	45,52	45,41	45,41
Споживання лікарських засобів у грошовому вираженні на 1 особу, грн.	115,9	159,2	200,9	266,6	324,3	442,3	514,3	597,5	698,1	789,5

Як бачимо з табл. 1, незважаючи на зростання місткості ринку фармацевтичних препаратів у грошовому вираженні, його зростання у натуральному вираженні відбувається нерівномірно і немає чіткої та постійної тенденції до зростання цього показника. Так, якщо місткість ринку у грошовому вираженні за останніх десять років збільшилася у 7 раз, то зростання її місткості у натуральному вираженні за цей самий період становить 1,5 раз. Найбільше зростання місткості ринку у натуральному вираженні відбулося у 2005 р. і становило 26,4% до попереднього року. У наступні роки спостерігалася тенденція зменшення приросту місткості ринку у натуральному вираженні і у 2006 р. та 2007 р. місткість ринку фармацевтичних препаратів становила 1,9 та 2,0 млрд. упакувань відповідно. У 2008 р. місткість ринку зменшилася у натуральному вираженні на 17% у порівнянні з попереднім роком і становила 1,63 млрд. упакувань. У 2009 р. та 2010 р. спостерігалася тенденція до незначного зростання місткості ринку у натуральному вираженні. Зокрема, місткість ринку у 2009 р. становила 1,8 млрд. упакувань і зросла на 10,4% до попереднього року, у 2010 р. – становив

1,9 млрд. упакувань і зросла на 0,1 млрд. упакувань або на 5,6%. У 2011 р. місткість ринку у натуральному вираженні залишалася незмінною і становила так як і у 2010 р. – 1,9 млрд. упакувань. У 2012 р. та 2013 р. знову відбувається незначне зростання місткості ринку у натуральному вираженні: у 2012 р. місткість ринку у натуральному вираженні становила 1,96 млрд. упакувань, що було більшим на 0,06 млрд. упакувань або на 3,1%, ніж у попередньому році. У 2013 р. місткість ринку у натуральному вираженні збільшилася у порівнянні з 2012 р. на 0,03 млрд. упакувань або на 1,5% і становила 1,99 млрд. упакувань. У 2014 р. внаслідок значного зростання цін на ліки через знецінення національної валюти можна очікувати падіння місткості ринку фармацевтичних препаратів у натуральному вираженні. Крім того, буде спостерігатися тенденція до заміни дорогих іноземних препаратів більш дешевими вітчизняними. У 2013 р. четверта частина рейтингу ТОП-20 фармацевтичних компаній за обсягами роздрібних продажів представлена українськими компаніями – «Фармак», «Дарниця», «Аритеріум», «Здоров'я», «Дельта Медікал» [8, с. 18-19].

Варто зазначити, що середньозважена вартість одного упакування лікарського засобу суттєво зростає протягом аналізованого періоду. За останніх десять років середньозважена вартість одного упакування лікарського засобу зросла у 4,5 разів. У 2004 р. вона становила 3,93 грн., у 2005 р. зросла на 0,87 грн. або на 22,1% і становила 4,8 грн., у 2006 р. зросла до попереднього року на 0,2 грн. або на 4,2% і становила 5,0 грн. У 2007-2008 рр. середньозважена вартість одного упакування лікарського засобу збільшилася у порівнянні з попереднім роком на 24% (або 1,2 грн.) та 48,4% (або 3 грн.) відповідно і становила 6,2 грн. та 9,2 грн. відповідно. У 2009 р. вона становила 11,28 грн. і зросла на 22,6% або на 2,08 грн. у порівнянні з минулим роком, у 2010 р. зросла до попереднього року на 9,7% або на 1,09 грн. і становила 12,37 грн., у 2011 р. – зросла на 15,8% або 1,95 грн. і становила 14,32 грн., у 2012 р. – на 12,9% або 1,85 грн. і середньозважена вартість одного упакування становила 16,17 грн., у 2013 р. – на 11,4% або 1,85 грн. і становила 18,02 грн.

Дослідження показників ринку фармацевтичних препаратів показують, що у країнах з розвинутою економікою та високим рівнем застосування логістики суб'єктами ринку, його розвиток і збільшення місткості ринку у грошовому вираженні зумовлювали зниження середньозваженої вартості однієї упаковки лікарського засобу. В Україні, як бачимо, середньозважена вартість збільшується в середньому на 1,5 грн. за рік. На нашу думку, така тенденція

обумовлена низьким рівнем застосування логістики суб'єктами ринку фармацевтичних препаратів. Сьогодні ця концепція необхідна для зниження загальних витрат суб'єктів ринку фармацевтичних препаратів, оптимізації логістичних операцій та логістичних потоків.

Дослідження показують, що частка логістичних витрат в обсягах продажу лікарських засобів є досить великою у порівнянні з іншими галузями економіки і становить 13,4%, тоді як у целюлозно-паперовій промисловості – 13,3%, у галузі виробництва машин і обладнання – 11,2%, електроніки – 8,9% (табл. 2). Застосування логістики суб'єктами ринку фармацевтичних препаратів призведе до зниження частки логістичних витрат і, відповідно, до зниження вартості одного упакування фармацевтичних препаратів, а як наслідок – отримання більшого прибутку та підвищення конкурентоспроможності їх виробників та посередників на ринку. Зниження вартості одного упакування лікарського засобу стимулюватиме попит на ринку та зумовить можливості для його розвитку та збільшення місткості у натуральному вираженні. Адже значне зростання цін на ліки після 2008 р. призвело до скорочення величини попиту на них і у 2013 р. місткість ринку лікарських засобів ще не досягла рівня 2008 р. Результати аналізу вторинної маркетингової інформації свідчать, що для 26,4% людей ціна лікарських засобів є другим після рекомендації лікаря чи провізора вирішальним фактором при їх купівлі [16].

Таблиця 2

Частка логістичних витрат в обсягах продажу за галузями національної економіки, % [14, с. 571]

Сфера економіки	Вид логістичних витрат							
	транспорт-вання	утримання запасів	складування	управління	відправка, отримання	пакування	замовлення	загалом
Промислові товари	5,9	13,7	2,9	0,7	0,2	2,0	1,0	26,4
Підприємства торгівлі	7,4	10,3	4,2	1,2	0,6	1,2	0,7	25,6
Споживчі товари	8,1	8,5	4,0	1,3	0,9	0,9	0,5	24,2
Харчова	6,3	1,6	3,3	0,3	0,6	1,4	0,6	14,1
Фармація	8,1	0,3	3,5	0,4	0,9	-	0,2	13,4
Папір	3,2	2,5	3,2	1,2	0,9	1,1	1,2	13,3
Машини, обладнання	5,8	0,1	4,6	0,2	0,3	-	0,2	11,2
Виробничі підприємства	4,5	1,0	2,0	0,5	0,5	1,0	0,5	10,0
Електроніка	1,4	-	1,2	0,7	0,7	0,5	4,4	8,9

Аналіз табл. 2 свідчить, що основна частка логістичних витрат, що пов'язані з продажем фармацевтичних товарів, припадає на витрати транспортування (8,1%) і складування (4%). На відправку, отримання лікарських засобів припадає 0,9% усіх витрат, на управління – 0,4%, на утримання запасів – 0,3%. Отже, дослідження показують, що специфіка діяльності суб'єктів ринку фармацевтичних препаратів зумовлює гостру необхідність застосування логістики саме у процесах транспортування і складування та оптимізації потоків, що з ними пов'язані.

Ринок фармацевтичних препаратів в Україні розвивається нерівномірно, а основні показники його розвитку в різних регіонах країни відрізняються між собою. Нами проаналізована динаміка питомої ваги аптечних продажів по областях України за 2007-2009 рр. та 2012-2013 рр. Отримані результати відображені на рис. 2.

Як видно з рис. 2, розвиток ринку фармацевтичних препаратів в Україні відбувається нерівномірно по різних регіонах. Області-лідери ринку фармацевтичних препаратів в Україні протягом аналізованого періоду не змінюються. Близько 50% від загального обсягу продажів фармацевтичних препаратів в Україні припадає на Донецьку, Дніпропетровську, Харківську, Одеську області, м. Київ та АР Крим. У 2008 р. питома вага продажу фармацевтичних препаратів у цих областях зросла на 1,7 % до 52,5 %, у 2009 р. зменшилась на 0,9% і становила 51,6%. У 2012-2013 рр. ця тенденція майже не змінилася – питома вага продажів зменшилася і становила 50% у загальній структурі продажів фармацевтичних препаратів по Україні.

Найкращі показники за обсягами продажів протягом аналізованого періоду зафіксовано у м. Києві, на який сьогодні припадає 11% усіх продажів фармацевтичних препаратів країни. Найнижча питома вага аптечних продажів у загальній місткості ринку фармацевтичних препаратів протягом аналізованого періоду зафіксована у Кіровоградській, Волинській, Закарпатській, Тернопільській та Чернівецькій областях. Для прикладу, сумарна частка Закарпатської, Тернопільської та Чернівецької областей не перевищує 5%, що дорівнює, наприклад, питомій вазі продажів фармацевтичних препаратів у Львівській чи Запорізькій областях. Варто зазначити, що в той час питома вага аптечних продажів в областях, де вона була найвищою у 2007 р., зменшується починаючи з

2008 р. Однак є області, в яких вона збільшується. Зокрема поступове, хоча й невелике, зростання протягом аналізованого періоду спостерігається у Київській, Полтавській, Черкаській, Херсонській, Миколаївській, Кіровоградській та Волинській областях. У середньому зростання обсягу продажів фармацевтичних препаратів у цих областях відбувається у розмірі на 1-2% в рік. Тому можна констатувати, що ці області є привабливими для суб'єктів фармацевтичного ринку, з точки зору розвитку мереж аптек або інших торговельних об'єктів фармацевтичного ринку. Нерівномірний розвиток ринку фармацевтичних препаратів у регіонах України зумовлений перш за все такими факторами, як різниця у кількості населення, інвестиційна привабливість окремих областей та населених пунктів, рівень захворюваності в регіонах (який на Сході країни є дещо вищий, ніж у Західних областях країни), співвідношення сільського і міського населення (кількість міського населення на Сході країни перевищує кількість міського населення на Заході країни) тощо.

Структура суб'єктів ринку фармацевтичних препаратів України постійно змінюється і розвивається. Як відомо, основними учасниками ринку фармацевтичних препаратів у сегменті торгівлі є суб'єкти господарювання, які мають ліцензію на продаж лікарських засобів – дистриб'ютори ринку фармацевтичних препаратів і, як правило, це переважно аптечні мережі. Це суб'єкти господарювання, що мають дві і більше торговельні одиниці (аптеки, кіоски, пункти), діяльністю яких є продаж лікарських засобів та медичного обладнання.

За даними Державної служби статистики України станом на 01.01.2013 р. в Україні налічувалося 14582 суб'єктів господарювання, що мають ліцензію на продаж лікарських засобів, з них 10170 аптек, що становить близько 70% від загального обсягу та 4412 аптечних пунктів, що становить 30% від загального обсягу [11, с. 81-88]. У 2010 р. та 2011 р. кількість суб'єктів господарювання, що мають ліцензію на продаж лікарських засобів становила 15925 та 14084 відповідно [10, с. 81-91]. За даними аналітичної системи дослідження ринку «Фармстандарт» компанії Proxima Research станом на 01.01.2013 р. в Україні функціонує 21439 торговельних одиниць [29]. За останніх три роки в Україні закрилося 3500 аптечних кіосків, а кількість аптек збільшилася на 4000.

Для порівняння, загальна кількість торговельних одиниць усіх суб'єктів ринку фар-

мацевтичних препаратів у 2007 р. складала близько 16500, у 2008 р. зросла на 2% до

16824, у 2009 р. зменшилась на 4% і становила 16141 торговельних одиниць [22; 23].

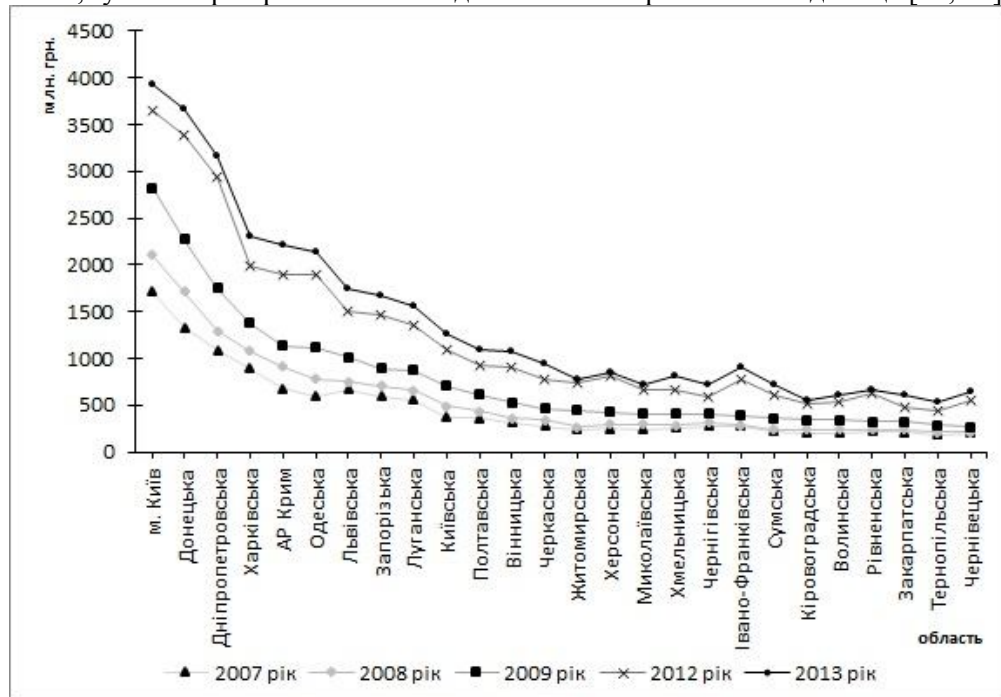


Рис. 2. Динаміка питомої ваги аптечних продажів в загальному обсязі аптечних продажів по областях України за 2007-2009 рр. та 2012-2013 рр.

[складено на основі 22-24, 28, 30]

У 2007 р. питома вага кількості аптек в загальній структурі торговельних одиниць становила 49,8%, у 2008 р. – 50,1%, а у 2009 р. зросла до 52,6%. Питома вага кількості аптечних кіосків у 2007 р. складала 26,1%, у 2008 р. – 22,6%, у 2009 р. – 20,0%. Питома вага кількості аптечних пунктів у 2007 р. складала 24,1%, у 2008 р. – 27,4%, у 2009 р. – 27,3%. Станом на 01.01.2009 р. в Україні було зареєстровано 5414 суб'єктів господарювання, що мають ліцензію на продаж лікарських засобів [23]. Станом на 01.01.2010 р. їхня кількість зросла на 5,3% і становила 5717 [24]. Зменшення кількості торговельних посередників у сфері збуту лікарських засобів починаючи з 2008 р. спричинило різке скорочення кількості аптечних кіосків та аптечних пунктів, а кількість аптек, навпаки, збільшувалася до попереднього року. Найбільшу питому вагу серед усіх торговельних одиниць у 2009 р. займали аптеки – 52,6%, аптечні кіоски – 20%, аптечні пункти – 27,4%. Аналізуючи кількість суб'єктів господарювання ринку фармацевтичних препаратів, що мають ліцензію на продаж лікарських засобів, можна простежити, що існує чітка тенденція до збільшення кількості аптек та зменшення аптечних пунктів і кіосків. Така тенденція сві-

дчить про неефективність діяльності такого виду торговельних одиниць.

Кількість торговельних одиниць ринку фармацевтичних препаратів у розрізі областей України є неоднаковою. Лідерами по кількості аптек протягом останніх років є Донецька, Дніпропетровська області, м. Київ, Харківська, Одеська, Луганська, Львівська області, в яких у 2012 р. було розташовано 941, 869, 728, 695, 637, 589 та 565 аптеки відповідно [10; 11]. У цих областях зосереджується близько 50% усіх аптек країни. Найменша кількість аптек є у м. Севастополь – 110, у Чернівецькій області – 141, Тернопільській – 156, Чернігівській – 189, Закарпатській – 185. У інших областях України кількість аптек, що функціонували у 2011-2012 рр. становила від 202 до 438. Незважаючи на визначеність лідерів серед областей України по кількості аптек у 2012 р., приріст їхньої кількості по відношенню до попереднього року був незначний. Лідерами серед областей України за приростом кількості аптек у 2012 р. стали такі області: Кіровоградська (+17,5%), Миколаївська (+16,6%), Херсонська (+16,5%), Одеська (+14,6%). У 2012 р. не змінилася кількість аптек у Івано-Франківській, Полтавській, Чернівецькій областях. У 2011 р. найбільше

зростання кількості аптек спостерігалося у таких областях: Одеській (+21,4%), Харківській (+19,4%), Хмельницькій (+17,7%), Тернопільській (+11,9%), м. Києві (+14,7%).

Кількість аптечних пунктів, що функціонували у 2010 р., 2011 р. та 2012 р. становила 4455, 4488, 4412 відповідно [10; 11]. Варто зауважити, що протягом 2010-2012 рр. приріст кількості аптечних пунктів в деяких областях був не значний (Волинська, Дніпропетровська, Житомирська, Миколаївська, Харківська), а в деяких – був від'ємним. Областями-лідерами, де кількість аптечних пунктів зменшилася найбільше, у 2011 р. були м. Севастополь (-17,9%), Запорізька (-13,7%), Харківська (-10,2%) області, а у 2012 р. – Закарпатська (-21,5%), Івано-Франківська (-14,3%), Кіровоградська (-10,5%) області. Аналізуючи загальну кількість аптечних кіосків протягом останніх років слід відзначити, що їхня кількість суттєво зменшується фактично у всіх областях країни.

Результати досліджень динаміки розвитку торговельних одиниць показують на невелике зростання їхньої кількості протягом останніх трьох років, а забезпеченість населення України аптечними закладами збільшується. У 2007 р. в середньому один аптечний заклад обслуговував 2222 осіб, у 2008 р. – 2165 осіб, у 2009 р. – 2046 осіб. Станом на 01.01.2014 р. один аптечний заклад в середньому обслуговував 2120 осіб [30]. У Росії аналогічний показник у 2009 р. становив 2100 осіб, Білорусії – 1900 осіб, Казахстані – 2400 осіб [6]. В Європі забезпеченість населення аптечними закладами є дещо нижчою. У Франції одна аптека обслуговує 2500 осіб, у Італії – 3100 осіб, у Німеччині – 3700 осіб, у Великобританії – 4700 осіб. У США одна аптека обслуговує 5200 осіб, у Канаді – 4000 осіб. Такі дані свідчать, що з розвитком ринку фармацевтичних препаратів кількість аптек на десять тисяч населення повинна зменшуватись. В Україні спостерігається протилежна тенденція. Нами досліджено, що основними причинами такої тенденції є стрімке скорочення населення країни протягом останніх років, низький рівень автоматизації та якості обслуговування в аптечних закладах. Тому під час організації торговельних об'єктів перед суб'єктами фармацевтичного ринку виникають проблеми оптимізації їхньої діяльності. Підприємства повинні забезпечувати безперебійне постачання медикаментів у свої торговельні одиниці і шукати шляхи зниження витрат, які пов'язані з цим процесом. На сьогоднішній день суб'єкти фар-

мацевтичного ринку недостатньо використовують у своїй діяльності засоби, які дозволяють здійснювати раціональне управління логістичними потоками, новітні маркетингові технології. Автоматизація та застосування сучасних інформаційних систем є низькою. Як наслідок – обслуговування невеликої кількості осіб, неузгодження економічних процесів, зростання загальних витрат, низька поінформованість споживача про товар та невеликі обсяги збуту у натуральному вираженні.

Проведені дослідження ринку фармацевтичних препаратів України показали, що серед усіх регіонів за розвитком ринку фармацевтичних препаратів лідерами є Донецька, Дніпропетровська, Харківська, Одеська області, м. Київ та АР Крим. Найбільший приріст кількості торговельних одиниць у відсотковому співвідношенні за останній рік зафіксовано у Донецькій, Дніпропетровській областях, м. Києві, Харківській, Одеській, Луганській, Львівській областях. Така тенденція свідчить про інвестиційну привабливість цих областей для розвитку збутової мережі суб'єктів фармацевтичного ринку, можливості розширення ними діяльності, збільшення частки ринку та завоювання нових його сегментів. Найменш привабливими областями України для розвитку діяльності суб'єктів ринку фармацевтичних препаратів є Полтавська, Чернігівська, Рівненська, Сумська, а також області, які є лідерами за розвитком ринку фармацевтичних препаратів. У них розвиток ринку фармацевтичних препаратів в найближчі роки відбуватиметься повільно. Суттєве скорочення аптечних пунктів і аптечних кіосків дозволяє констатувати, що серед усіх видів торговельних одиниць аптечних мереж найбільш ефективними є аптеки. На другому місці – аптечні кіоски, на третьому – аптечні пункти. У аптеці споживач завжди може отримати хорошу консультацію щодо придбання ліків. Також аптеки обладнані великим торговим залом, що дозволяє добре розмістити товар та інформаційні матеріали про лікарські засоби. Деякі з аптек обладнані невеликим складським приміщенням, яке призначене для зберігання незначного запасу ліків для задоволення потреб споживачів. Однак, варто зазначити, що утримання аптек вимагає додаткових затрат для підприємств та вимагає від них використання логістики – постачальницької, збутової та інформаційної, основні рішення якої повинні базуватися на результатах дослідження середовища функціонування підприємств.

Література

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер, 2008. – 364 с.
2. Голубков Е.П. Планирование маркетинга / Е.П. Голубков // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №5. – С. 14-17.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2004. – 712 с.
4. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика / В.Г. Герасимчук. – К.: Вища школа, 1994. – 327 с.
5. Громовик Б.П. Фармацевтичний маркетинг: теоретичні та прикладні засади / Б.П. Громовик, Г.Д. Гасюк, О.Р. Левицька. – Вінниця: Нова книга, 2004. – 464 с.
6. Демидов Н. Экономика развития «фармы» на развивающихся рынках. Опыт России (и других стран СНГ) / Н. Демидов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/wp-content/uploads/2012/02/125375>.
7. Карпов В.А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку / В.А. Карпов, В.Р. Кучеренко. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. – 215 с.
8. Козловська Л.В. Удосконалення збутової політики підприємства на фармацевтичному ринку / Л.В. Козловська, О.О. Комяков // Сборник научных докладов «Теория и практика актуальных научных исследований» – 29.07.2013-31.07.2013, г. Люблин. – Ч.2. – С. 18-23.
9. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В. Вонг; Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2001. – 944 с.
10. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 р. – Державна служба статистики України. – 2012. – 121 с.
11. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 р. – Державна служба статистики України. – 2013. – 118 с.
12. Портер М. Конкуренция / Michael E. Porter on Competition / М. Портер. – М., 2006. – 608 с.
13. Посилкіна О.В. Фармацевтична логістика: Монографія / О.В. Посилкіна, Р.В. Сагайдак, Б.П. Громовик; За ред. О.В.Посилкіної. – Харків: В-во НфаУ; Золоті сторінки, 2004. – 320 с.
14. Посилкіна О.В. Актуальні питання логістики фармацевтичної дистрибуції і аптечних мереж [Електронний ресурс] / О.В. Посилкіна. – Режим доступа: <http://vlp.com.ua/node/2867>.
15. Старостіна А.О. Маркетинг / А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін. – К.: Знання, 2009. – 1070 с.
16. Сам себе доктор // Маркетинговые исследования в Украине. – К., 2010. – №4. – С. 32-38.
17. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования / Г.А. Черчилль. – СПб.: Питер, 2003. – 752 с.
18. Структура аптечных сетей: Украина и Киев [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2005. – № 511 (40). – Ч. I. – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/2180>.
19. Розничный фармрынок Украины. Итоги 2004 г. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2005. – № 479 (8). – Режим доступа: Размышления по поводу рынка образца 2005 г. <http://www.apteka.ua/article/33975>.
20. Без труда не вытащишь и рыбку... Аптечные продажи в регионах Украины: итоги 2005 г. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2006. – № 534 (13). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/34313>.
21. Новый рынок – новая игра! Аптечные продажи в Украине, декабрь и 2006 г. в целом [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2007. – № 577 (6). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/4396>.
22. До самых до окраин. Аптечные продажи в регионах Украины: итоги 2007 г. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2008. – № 632 (11). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/6362>.
23. Разные области – разные возможности! Аптечные продажи в регионах Украины: итоги 2008 г. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2009. – № 679 (8). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/8009>.
24. От каждого по способностям, каждому – по труду! Аптечные продажи в регионах Украины: итоги 2009 г. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2010. – № 726 (5). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/26333>.
25. Helicopter View: Аптечный рынок Украины в 2011 г. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2012. – № 824 (3). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/121101>.
26. Объем мирового фармрынка за 12 мес – к январю 2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/226753>.
27. Helicopter View: аптечный рынок Украины по итогам 2012 г. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2013. – № 875 (4). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/202749>.
28. Helicopter view: аптечные продажи в регионах Украины по итогам 2012 г. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2013. – № 876 (5). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/206509>.
29. Аптечный рынок Украины по итогам

2013 г. Helicopter View. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2014. – № 926 (5). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/271004>.

30. Аптечные продажи в регионах Украины по итогам 2013 г. Helicopter view. [Электронный ресурс] // Аптека: еженедельник. – 2014. – № 927 (6). – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/272554>.

References

1. Ansoff Y. Novaja korporativnaja strategija / Y. Ansoff. – SPb.: Pyter, 2008. – 364 s.

2. Golubkov E.P. Planirovanye marketynga / E.P. Golubkov // Marketyng v Rossyy u za rubezhom. – 2008. – №5. – S. 14-17.

3. Garkavenko S.S. Marketyng / S. Garkavenko. – K.: Libra, 2004. – 712 s.

4. Gerasymchuk V.G. Marketyng: teorija i praktyka / V.G. Gerasymchuk. – K.: Vyshha shkola, 1994. – 327 s.

5. Gromovyk B.P. Farmaceutychnyj marketyng: teoretychni ta prykladni zasady / B.P. Gromovyk, G.D. Gasjuk, O.R. Levyc'ka. – Vinnyca: Nova knyga, 2004. – 464 s.

6. Demidov N. Jekonomika razvitija «farny» na razvivajushhihsja rynkah. Opyt Rossii (i drugih stran SNG) / N. Demidov [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://www.apteka.ua/wp-content/uploads/2012/02/125375>.

7. Karpov V.A. Marketyng: prognozuvannja kon`junktury rynku / V.A. Karpov, V.R. Kucherenko. – K.: T-vo «Znannja», KOO, 2001. – 215 s.

8. Kozlovs'ka L.V. Udoskonalennja zbutovoї politiki pidpriemstva na farmacevtichnomu rinku / L.V. Kozlovs'ka, O.O. Komjakov // Sbornik nauchnyh dokladov «Teorija i praktyka aktual'nyh nauchnyh issledovanij» – 29.07.2013-31.07.2013, g. Ljublin. – Ch.2. – S. 18-23.

9. Kotler F. Osnovy marketinga / F. Kotler, G. Armstrong, Dzh. Sonders, V. Vong; Per. s ang. – M.: Vil'jams, 2001. – 944 s.

10. Merezha rozdrubnoi' torgivli ta restorannogo gospodarstva pidpryjemstv na 1 sichnja 2012 r. – Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny. – 2012. – 121 s.

11. Merezha rozdrubnoi' torgivli ta restorannogo gospodarstva pidpryjemstv na 1 sichnja 2013 r. – Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny. – 2013. – 118 s.

12. Porter M. Konkurencija / Michael E. Porter on Competition / M. Porter. – M., 2006. – 608 s.

13. Posylkina O.V. Farmaceutychna logistyka: Monografija / O.V. Posylkina, R.V. Sagajdak, B.P. Gromovyk / Za red. O.V. Posylkinoi'. – Harkiv: V-vo NfaU; Zoloti storinky, 2004. – 320 s.

14. Posylkina O.V. Aktual'ni pytannja logistyky

farmaceutychnoi' dystrybucii' i aptechnyh merezh [Elektronnij resurs] / O.V. Posylkina. – Rezhym dostupu: <http://vlp.com.ua/node/2867>.

15. Starostina A.O. Marketyng / A.O. Starostina, N.P. Goncharova, Je.V. Krykavs'kyj ta in. – K.: Znannja, 2009. – 1070 s.

16. Sam sebe doktor // Marketyngovije yssledovanyja v Ukrainy. – K., 2010. – №4. – S. 32-38.

17. Cherchyl' G.A. Marketyngovije yssledovanyja. – SPb.: Pyter, 2003. – 752 s.

18. Pharmacy: Weekly (2005), «Structure drug-store chains: Ukraine and Kiev», available at: <http://www.apteka.ua/article/2180>.

19. Pharmacy: Weekly (2005), «Retail pharmaceutical market of Ukraine. Results in 2004», available at: <http://www.apteka.ua/article/33975>.

20. Pharmacy: Weekly (2006), «Easily not pull a fish ... Pharmacy sales in the regions of Ukraine: results of 2005», available at: <http://www.apteka.ua/article/34313>.

21. Pharmacy: Weekly (2007), «New Market – a new game! Pharmacy sales in Ukraine, and in December 2006 as a whole», available at: <http://www.apteka.ua/article/4396>.

22. Pharmacy: Weekly (2008), «To the suburbs. Pharmacy sales in the regions of Ukraine: results of 2007», available at: <http://www.apteka.ua/article/6362>.

23. Pharmacy: Weekly (2009), «Different areas – different possibilities! Pharmacy sales in the regions of Ukraine: results of 2008», available at: <http://www.apteka.ua/article/8009>.

24. Pharmacy: Weekly (2010), «From each according to his ability, to each – Labor! Pharmacy sales in the regions of Ukraine: results of 2009», available at: <http://www.apteka.ua/article/26333>.

25. Pharmacy: Weekly (2012), «Helicopter View: Pharmacy market in Ukraine in 2011», available at: <http://www.apteka.ua/article/121101>.

26. Pharmacy: Weekly (2013), «The global pharmaceutical market for 12 months – by January 2013», available at: <http://www.apteka.ua/article/226753>.

27. Pharmacy: Weekly (2013), «Helicopter View: pharmacy market of Ukraine in 2012», available at: <http://www.apteka.ua/article/202749>.

28. Pharmacy: Weekly (2013), «Helicopter view: pharmacy sales in the regions of Ukraine in 2012», available at: <http://www.apteka.ua/article/206509>.

29. Pharmacy: Weekly (2014), «Pharmacy market of Ukraine in 2013. Helicopter View», available at: <http://www.apteka.ua/article/271004>.

30. Pharmacy: Weekly (2014), «Pharmacy sales in the regions of Ukraine in 2013. Helicopter view», available at: <http://www.apteka.ua/article/272554>.

Статья поступила в редакцию 26.03.2014