

ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК: УКРАЇНА В КОНТЕКСТІ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ

У статті розглянуто особливості розвитку фармацевтичного ринку України в контексті розвитку глобального фармацевтичного ринку. Визначені ключові відмінності структури фармацевтичного ринку України у порівнянні з глобальним фармринком.

The paper deals with characteristics of main tendencies of global pharmaceutical market and its influence on pharmaceutical market of Ukraine. Basic features of the structure of Ukrainian pharmaceutical market are determined.

Ключові слова: лікарський засіб (ЛЗ), генеричний препарат, оригінальний (інноваційний) лікарський засіб, рецептурний лікарський засіб (Rx), безрецептурний лікарський засіб (OTC)

Keywords: medicinal agent, generic drug, original (innovative) drug, prescription drug, OTC drug

Визначення, що наведене у статті 3 Конституції України: «Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю», декларує право кожного громадянина на охорону здоров'я, що є основою формування політики держави в сфері національної безпеки. Схожі положення містять Конституції США, Німеччини, Росії, Бразилії, Японії та інших країн. Формально всі держави-члени ООН декларують фундаментальне право людини на доступну медицину як основу державної політики, але реально забезпечити право своїх громадян на доступну та якісну медицину, через різні фактори, можуть тільки найбільш розвинені країни світу. Одним з важливих індикаторів рівня економічного розвитку країни є ефективність національної системи охорони здоров'я, а головним орієнтиром для поліпшення ефективності національної моделі медицини виступає показник середньої тривалості життя у країні.

Одвічне прагнення людини до подовження власного життя впродовж всієї історії існування «Homo Sapiens» визначало вектор еволюції цивілізації та розвитку наук про життя, що знайшло своє відображення у розвитку фармацевтики. У процесі комерціалізації науково-технічних розробок у фармації показник середньої тривалості життя населення набув суто економічного змісту, відображаючи розуміння еволюції ринку лікарських засобів (ЛЗ). Продовження середньої тривалості життя населення в контексті розвитку фармацевтичного бізнесу вже не тільки і не стільки індикативний показник демографічних процесів, він розглядається як стратегічний орієнтир для збільшення частки на фармацевтичному ринку, адже продовження тривалості життя незмінно призводить до збільшення чисельності населення та зміни його вікової

структури на користь людей старшого віку, тобто до збільшення фармацевтичного ринку взагалі та найбільшої цільової аудиторії зокрема.

Кінець другого тисячоліття ознаменувала перемога фармацевтики над значною кількістю відомих смертельних хвороб, зокрема досягнення фармацевтичної науки дозволили синтезувати інсулін і взяти під контроль цукровий діабет та продовжити життя мільйонам хворих, а кількість врятованих життів завдяки винайденню антибіотиків перевищила мільярд осіб, відповідно, зросла і тривалість життя населення планети.

Показник середньої тривалості життя населення України за останні 20 років майже не змінився. Так, якщо в 1990 р. для всіх громадян України, незалежно від їх статі, показник середньої очікуваної тривалості життя при народженні становив 69,3 роки (для чоловіків 64,2 і для жінок 74,18 років), то в 2010 р. цей показник становив 70,4 роки: 65,3 – для чоловіків та 75,5 для жінок [2]. Відносна стабільність показника середньої очікуваної тривалості життя мала б означати стабільну демографічну ситуацію в країні, якщо б не одне «але»: за останні 20 років населення України скоротилося з 51,8 млн. осіб у 1990 р. (найвищим був показник 1993 р. – 52,2 млн. осіб) до 45,8 млн. осіб у 2011 р., або на 6,06 млн. осіб менше показників 1990 р. та на 6,5 млн. осіб до максимального показника 1993 р. Скорочення показника народжуваності та збільшення показників смертності в Україні призвели до того, що показник природного приросту населення від рівня +27 тис. осіб у 1990 р. скоротився до рівня – 200 тис. осіб у 2010 р., що у порівнянні з мінімальним показником (–373 тис., який зафіксували в 2000 р.) визначає позитивну тенденцію, яка намітилася останнім часом.

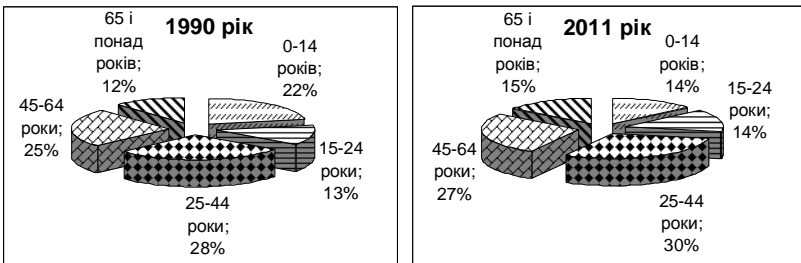


Рис. 1. Вікова структура населення України, 1990 та 2011 рр.

Демографічні тенденції останніх двох десятиріч спричинили суттєві зміни у віковій структурі населення України (рис. 1). Якщо у 1990 р. група населення України, що перебувало у віці до 14 років, налічувала трохи більше 11 млн. осіб, то до 2011 р. вона скоротилася майже вдвічі і становила 6,5 млн. осіб. Катастрофічне скорочення рівня народжуваності призвело до «постаріння» населення. Частка населення у віці до 24 років скоротилася на 7%, в той час як кількість людей старше 45 років збільшилася на 5% [2].

Означенні суттєві демографічні зміни у контексті розвитку фармацевтичного бізнесу в Україні означають не тільки скорочення ринку на 6,5 млн. учасників (що є негативним фактором), але й суттєві стратегічні можливості та резерви розвитку за рахунок збільшення

найбільшого цільового сегменту (людей похилого віку), на який орієнтується глобальна фармацевтична промисловість, та покращення платоспроможності населення України. Запорукою стратегічного успіху фармацевтичного бізнесу не тільки в Україні, але і в межах глобальної економіки, є орієнтація досліджень і розробок (ДіР) у фармацевтичній галузі на боротьбу зі старінням та хворобами людей похилого віку.

Загалом глобальні демографічні тенденції створюють нові можливості для розвитку фармацевтичного бізнесу. Тоді як кількість нових розробок, тобто синтетичних молекул, які утворюють субстанцію – основу синтетичних препаратів, з року в рік зменшується, а вартість створення нових компонентів сягає подекуди 1 млрд. дол. США, що спроможні акумулювати та витратити лише ТНК. Саме ТНК є основним джерелом інновацій на глобальному фармацевтичному ринку, це підтверджує той факт, що в 2010 р., за даними авторитетного видання Fox Business [8], витрати на ДіР фармацевтичної корпорації Pfizer становили 9,4 млрд. \$, а показник наукоємності компанії склав 14 %. Світовими чемпіонами серед наукоємних компаній за часткою витрат на ДіР в обсягах продаж є американські компанії, що створюють лікарські засоби на основі генної інженерії, це Genentech і Genzyme, їх показник наукоємності становить 51% та 40% (112 та 103 тис. дол. у розрахунку на одного працівника) [1, с. 344].

Перегляд стратегії основних гравців ринку знаходить своє відображення у скороченні витрат на ДіР і, як наслідок, скороченні приросту кількості заявок на патенти в фармацевтичній галузі. Зокрема, стрімке зростання кількості заявок на патенти більше ніж в 2 рази упродовж 2000-2005 рр. (з 27,3 тис. до 62,3 тис.) змінилося періодом стабільності 2006-2009 рр., коли кількість заявок на патенти варіювалася в межах 62-63 тисяч [7]. Водночас термін патентного захисту більшості сучасних препаратів закінчується. Так, незмінний бестселер корпорації Pfizer лікарський засіб «Lipitor» (за його допомогою пацієнти багатьох країн знижували рівень холестерину) – препарат, який за обсягами продажу в грошовому еквіваленті упродовж 5 років посідав перше місце на глобальному фармринку, у 2011 р. після 20 років патентного захисту втратив унікальну позицію на ринку препаратів і став доступним для копіювання. Виробники генериків не втратять можливість відвоювати у Pfizer частку фармринку, який оцінюється в 13,5 млрд дол. США [5]. Переорієнтація фармвиробників на ринок генериків пояснюється також тим, що за якістю генеричні препарати не поступаються оригінальним аналогам, водночас поширюється практика випуску оригінальних препаратів поруч з генеричними (навіть на одному заводі в межах регіону). До того ж сировину для виготовлення як оригінальних ЛЗ, так і їх генеричних аналогів надають одні й ті ж постачальники. Беручи до уваги той факт, що на 3000 відомих синтетичних молекул, що є основою усіх відомих у світі препаратів, припадає 16000 найменувань препаратів, можна зробити висновок, що глобальний фармацевтичний ринок зорієнтований на домінування саме генеричних препаратів, а точніше – на виготовлення брендovаних генериків, гарантією якості яких виступає ім'я виробника.

Постійне зростання глобального фармацевтичного ринку у 2003-2011 рр. навіть з урахуванням кризових років дозволяє стверджувати, що глобальний фармацевтичний

ринок має високі перспективи зростання. Обсяг глобального фармацевтичного ринку в 2010 р. становив 875 млрд. дол. США, за сім років обсяг ринку збільшився на 314 млрд дол. США, у 2011 р. цей показник подолав рубіж 900 млрд. дол. США. Згідно з прогнозом аналітиків компанії IMS Health Consulting до 2015 р. світовий фармацевтичний ринок виросте до 1,1 трлн дол. США [6]. У порівнянні з масштабами світового фармринку обсяг продажу фармацевтичної продукції в Україні, який у 2011 р. провідні експерти оцінили в 3,2 млрд. дол. США, виглядає не на стільки переконливо [3, с. 2]. В той же час ці показники є відносно порівнюваними: якщо взяти за основу твердження про те, що учасниками глобального фармринку є 7 млрд. населення Землі, а вітчизняний ринок налічує 46 млн. учасників, то на одну людину в глобальному масштабі обсяг фармацевтичної продукції у вартісному виразі становить 128,5 дол. США, тоді як в Україні фармацевтична продукція, що припадає на одного мешканця, оцінюється в 69,6 дол. США, це майже удвічі менше, ніж середній показник у глобальному масштабі. Враховуючи також експертний прогноз зростання фармацевтичного ринку України в горизонті до 2015 р. до 4 млрд. дол. США [3, с. 6], можна стверджувати про значний невикористаний резерв вітчизняними фармацевтичними компаніями та високий потенціал для їх зростання.

Ще одним підтвердженням є порівняння темпів зростання глобального та вітчизняного фармацевтичних ринків (рис. 2). Постійне зростання фармринку України в межах двозначних чисел, як і падіння в період кризи, вказує на приналежність вітчизняного ринку ЛЗ до так званих «Emergency Markets», основною характеристикою яких є зростання темпів приросту в межах «double digits or close to double digits» у період підйому і нестабільність у період кризи. Варто зазначити, що падіння темпів приросту в доларовому еквіваленті в 2009 р. пояснюється, в першу чергу, девальвацією національної валюти, тому для кризових років коректніше буде навести статистику у натуральних показниках – це показники «продажів в упаковках». Падіння ринку в упаковках у 2008-2009 рр. становило відповідно 7 і 6 % до попередніх періодів, тоді як показники зростання ринку у 2007, 2010 та 2011 рр. варіювали у межах 1 – 5 %.

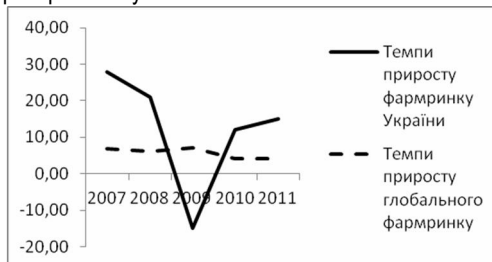


Рис. 2. Динаміка вітчизняного фармринку в контексті динаміки глобального фармринку*

*Складено за джерелами [7]; [3, с. 6]

Показники зростання ринку в гривневому еквіваленті по всім рокам показували позитивну динаміку, до того ж варіювали в межах від 14% у 2010 р. до 28% у 2007 та 2009 рр. Швидкі темпи приросту фармринку в гривневому еквіваленті обумовлені,

насамперед, інфляційною складовою. Порівняння темпів приросту фармацевтичного ринку в натуральному вираженні та в доларовому еквіваленті вказують на зростання середньої ціни упаковки. Отже, в структурі фармацевтичного ринку України спостерігається чітка тенденція до збільшення частки ліків середньої та високої цінкових категорій.

Водночас в оцінюванні вітчизняного фармринку в натуральному та грошовому вираженні спостерігаються діаметрально протилежні тенденції структурного розподілу ринку між продукцією імпортованою та власного виробництва. Так, у грошовому вираженні частка вітчизняних препаратів упродовж 2006-2011 рр. варіювала від 23,3 % у 2008 р. до 28,2 % в 2011 р. (імпорт відповідно становив 76,7 % та 71,8 %), а в натуральному – від 62,3 % в 2008 р. до 77,3 % в 2006 р. на користь вітчизняних ЛЗ [4]. Взявши до уваги той факт, що середня ціна упаковки вітчизняних та імпортних ЛЗ становить 9 і 40 грн. відповідно, можна зробити висновок, що українські виробники орієнтуються на сегмент дешевих ліків, дорогі ж ЛЗ на вітчизняному фармринку мають зазвичай імпортне походження.

Соціальна значущість лікарського засобу як товару та висока частка імпоротної фармацевтичної продукції, яка перебуває у високому ціновому сегменті, визначає потребу у формуванні механізму компенсування витрат пацієнта з фонду соціального медичного страхування, що актуалізує необхідність реформування національної моделі медицини, її перехід до страхової моделі охорони здоров'я.

У контексті реформування національної моделі медицини набуває важливого значення структурний розподіл фармринку між його госпітальним та аптечним сегментами. За останні 5 років намітилася чітка тенденція до скорочення госпітального сегменту в структурі фармацевтичного ринку України. Розподіл між госпітальним та аптечним сегментом за результатами 2011 р. (86% та 14% відповідно) визначає основним гравцем на ринку пацієнта. Це не відповідає принципам безкоштовної медицини, які задекларовані як у Конституції України, так і в Законі України «Про охорону здоров'я». Впровадження системи державного медичного страхування (страхової моделі медицини) надало б змогу сегментувати розподіл витрат між роботодавцями, державою і власне пацієнтами (працюючими верствами населення), а фінансування медичних послуг і лікарських засобів соціально незахищених верств населення повністю взяла б на себе держава. Це надало б змогу відійти від практики «до лікарні з усім своїм», яка закріпилася на теренах України.

Не менш показовим є розподіл аптечного сегменту, де для зручності виділяють 5 основних груп товарів, що продаються в аптеках: біологічно активні добавки (БАД), лікарські засоби рецептурні (ЛЗ ОТС), лікарські засоби безрецептурні (ЛЗ RX), косметичні засоби (КЗ), товари медичного призначення (ТМП), між національними виробниками (НВ) та імпортерами (І) у розрізі топ -20 компаній на ринку України, що відображено у таблиці. Третина з компаній мають українське походження, решта – це компанії-імпортери. У грошовому вимірі на іноземні компанії, що входять до топ-20,

припадає 890 млн. дол. США, на вітчизняних лідерів фармринку припадає відповідно вдвічі менша частка – 412,2 млн. дол. США.

Таблиця. ТОП-20 компаній фармринку України за обсягами продажу, тис. дол. США*

№	Корпорація	(НВ)/ (І)**	БАД	ЛЗ (ОТС)	ЛЗ (RX)	КЗ	ТМП	Всього
1	FARMAK	НВ	166	65 679	44 608		37	110 490
2	SANOI-AVENTIS GROUP	І		48 187	58 384			106 571
3	MENARINI GROUP	І	140	40 307	60 167			100 614
4	NOVARTIS	І	743	60 594	38 091	24	37	99 489
5	NYCOMED	І	3	20 685	56 550			77 238
6	GLAXOSMITHKLINE	І		21 866	44 448	10785		77 099
7	SERVIER GROUP	І		2 758	70 351			73 109
8	DARNITSA PHARMA	НВ		25 583	41 303			66 885
9	BAYER HEALTHCARE	І	2 535	38 507	23 674	13	94	64 823
10	ARTERIUM	НВ	108	20 646	43 617			64 370
11	TEVA	І	673	22 945	36 946		11	60 574
12	KRKA	І	1 194	15 174	39 688	604		56 659
13	ZDOROVJE GROUP	НВ	189	17 663	36 963	12		54 827
14	GEDEON RICHTER	І		3 652	47 169			50 821
15	HEEL	І		30 986	15 995			46 981
16	INTERCHEM UKR	НВ		35 171	7 025			42 196
17	ACTAVIS	І		27 071	13 787	57		40 915
18	BORSCHAGOVSKY CHIMFARM	НВ	3	15 899	21 480		103	37 485
19	KIEV VITAMIN FACTORY	НВ	1 573	26 434	7 894			35 901
20	OMEGA PHARMA GROUP	І	4 979	29 675		40		34 694

*Розроблено автором на основі джерела [4, с. 5-10]

**І – імпортери, НВ – вітчизняні виробники.

Ілюстративною є структура продажів вітчизняних та іноземних ЛЗ: якщо не враховувати БАДи, косметичні засоби та товари медичного призначення, частка яких як в імпорті, так і у вітчизняному виробництві не перевищує 2% аптечного сегменту, то структура продаж рецептурних та безрецептурних ліків відрізнятиметься залежності від походження ЛЗ. На відміну від вітчизняних виробників ліків, які не віддають перевагу одній конкретній групі ЛЗ, імпортери націлені на сегмент рецептурних ліків, які є більш складними препаратами, а відтак і дорожчими, що вкотре підтверджує спрямованість імпортової фармацевтичної продукції на верхній ціновий сегмент фармринку.

В економічній політиці, що визначає базові положення у сфері охорони здоров'я, фармацевтичну галузь віднесено до пріоритетів у системі національної безпеки. Створена при Міністерстві охорони здоров'я України Державна служба України з лікарських засобів контролює та регламентує процеси, пов'язані з ДіР, ліцензуванням виробництва та роздрібною торгівлі (аптек), патентуванням, сертифікацією нових оригінальних ЛЗ, сертифікацією та супроводженням вітчизняних інноваційних, генеричних та традиційних ЛЗ на світових ринках фармацевтичної продукції, виробництво ЛЗ, якість ЛЗ, що виробляються на вітчизняних підприємствах та імпортується, оптові та роздрібні продажі ЛЗ, рекламу лікарських засобів. Сама ж галузь була і залишається однією з найбільш зарегульованих галузей національної економіки.

Важливим аспектом у розгляді тенденцій розвитку фармринку є ціноутворення на ЛЗ. Ціна на ЛЗ – це питання державної політики та національної безпеки. Важлива соціальна функція фармацевтичної продукції визначає особливості ціноутворення на ринку лікарських засобів, а державне регулювання цін на ЛЗ визначається пріоритетним питанням національної безпеки та регулюється Законами України «Про лікарські засоби» та «Про ціни та ціноутворення», в яких обмежується торговельна надбавка для аптек, визначаються основні принципи формування відпускних цін на продукцію для виробників. В той же час висока наукоємність та капіталоємність ЛЗ як продукту фармацевтичної галузі визначає високу собівартість виробництва ліків, здешевлення якої неможливе через високі вимоги до якості продукції та контроль з боку держави, тому занадто високі вимоги можуть призвести до втрати власного виробництва та, як наслідок, імпортозаміщення, яке не відрізняється високою якістю. Баланс між державним контролем та свободою підприємництва в фармацевтичній галузі дозволить сформувати сильні конкурентні позиції для національних виробників та забезпечити пацієнтів відносно недорогими та якісними вітчизняними ліками.

Орієнтація національних виробників тільки на ринок генериків в Україні не дає змогу вести мову про розробку «проривних інновацій» у фармацевтичній галузі України, які залишаються єдиною можливістю для освоєння ринків розвинених країн. Виходом з ситуації, що склалася, може бути повернення фармацевтичної галузі України до виробництва натуральних ліків, яке підкріплено національними традиціями та є економічно доцільним, оскільки вітчизняні підприємства об'єктивно не в змозі конкурувати зі світовими лідерами фармацевтики у створенні нових синтетичних компонентів, вартість виведення на ринок яких варіює від 200 до 1000 млн. дол. США. Досліджуючи цілющі властивості натуральних компонентів і впроваджуючи нові натуральні препарати у виробництво, вітчизняні підприємства не тільки витратять у рази менше на власні ДіР, але й сформують сильні конкурентні позиції в сегменті натуральних препаратів, який динамічно розвивається останнім часом.

Література

1. Міждисциплінарний словник з менеджменту / [Д. М. Черваньов, О. І. Жилінська та ін.] ; за ред. Д. М. Черваньова, О. І. Жилінської. – К. : Нічлава, 2011. – 624 с.
2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.
3. Ищенко С. Структура фармацевтического рынка Украины 2011. Перспективы 2012 [Електронний ресурс] / С. Ищенко : Фармрынок Украины между кризисами. – Режим доступа : <http://www.apteka.ua>. – Название с экрана.
4. Партышев А. Артериум [Електронний ресурс] / А. Партышев : Фармрынок Украины между кризисами. – Режим доступа : <http://www.apteka.ua>. – Название с экрана.
5. Top-20 global products [Electronic source]. – Access mode : <http://www.imshealth.com>. – Title from the monitor.
6. Total market 2003-2010 [Electronic source]. – Access mode : <http://www.imshealth.com>. – Title from the monitor.
7. World Intellectual Property Indicators – Tables and Figures [Electronic source]. – Access mode : <http://www.wipo.int>. – Title from the monitor.
8. Fox Business magazine [Electronic source]. – Access mode : <http://www.foxbusiness.com/markets/2011/02/01>. – Title from the monitor.
9. Mauko Z. Open Innovation New R&D Paradigm for Pharmaceutical [Electronic source] / Z. Mauko ; Open Innovation for Pharmaceutical Industry. – Access mode : <http://www.scribd.com>. – Title from the monitor.