

## АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Притула Р.Л., Шматенко О.П., Притула Л.Г., Страшний В.В.

Українська військово-медична академія

**Резюме.** *В статті проведений аналіз вітчизняного фармацевтичного ринку, який дає цілісне уявлення про: об'єми ринку, динаміку його розвитку, рівень цін, конкурентне середовище, майбутні перспективи, загальну кон'юнктуру ринку та можливості виходу на нього.*

**Ключові слова:** *фармацевтичний ринок, структура, дистриб'ютор, ціна, лікарський засіб.*

**Вступ.** Фармацевтичний ринок - це економічні взаємовідносини між суб'єктами та об'єктами, пов'язані з обміном фармацевтичних товарів та послуг, внаслідок чого формуються основні елементи ринку – попит, пропозиція та ціна [6, 14].

Особливості становлення та розвитку вітчизняного фармацевтичного ринку обумовлені, по-перше: процесами, що відбуваються у сфері охорони здоров'я, тобто швидка зміна стратегічних підходів у лікуванні багатьох захворювань та інтенсивне впровадження на фармацевтичний ринок України нових лікарських засобів вимагає своєчасного та належного інформування споживачів. За таких умов комплекс просування фармацевтичних підприємств-виробників безпосередньо впливає на рівень раціонального застосування лікарських засобів та ступінь задоволення споживачів [9]. По-друге, у напруженому конкурентному середовищі фармацевтичного ринку України комплекс просування у маркетинговій діяльності фармацевтичних підприємств-виробників став дієвим засобом формування ринку, а саме: досягнення цільових показників продажу, забезпечення стійких конкурентних переваг. На жаль, вітчизняні фармацевтичні підприємства недостатньо володіють адекватними методиками розробки комплексу просування своєї продукції, використовують засоби маркетингових комунікацій не узгоджено, розглядають стратегії просування у відриві від маркетингової стратегії. В результаті значно обмежуються ринкові можливості підприємств, які в жорсткій конкурентній боротьбі з імпортерами втрачають свою ринкову нішу, незважаючи на соціально доступні ціни та належну якість продукції [1, 13].

**Матеріали та методи дослідження.** Об'єктом дослідження було обрано кон'юнктуру та сегментації ринку, місткість ринку, дослідження умов конкуренції, ціноутворення, вивчення оптимальних способів просування лікарських засобів. Дослідження проводилося з використанням ймовірностатистичного, інформаційно-аналітичного методів.

**Результати дослідження та їх обговорення.** Фармацевтичний ринок України включає: виробництво лікарських засобів і виробів медичного призначення, оптовий і роздрібний продаж продукції через аптечні мережі, спеціалізоване зберігання й дистрибуцію.

Український ринок лікарських засобів складається з госпітального й роздрібного сегментів. У госпітальному сегменті продаж лікарських препаратів здійснюється через лікувально-профілактичні установи України. На госпітальний сегмент ринку доводиться всього близько 7% від загального обсягу продажів в Україні (за підсумками січня-липня 2011 року – 11%) [2, 3, 11]. Необхідно відмітити, що госпітальний сегмент виявився найбільш чутливим до скорочення попиту, що пов'язано з залежністю обсягів закупівель лікувально-профілактичними закладами України від державного фінансування. Роздрібний сегмент представлений, насамперед, аптечними мережами. У загальному обсязі продажів лікарських препаратів найбільша питома вага, за підсумками I півріччя 2011 року, традиційно припадає на м. Київ (13%) та Східні регіони (близько 33%). За результатами аналізованого періоду у структурі продажів лікарських засобів (в натуральному вимірі), в розрізі цінових сегментів на низький та середній сегменти припадає близько 90-93% загального обсягу реалізації, що характерно для країн з низьким рівнем розвитку медицини, зокрема, системи діагностики, медичного страхування [3].

Також необхідно відзначити, що на обсяги продажів медичних препаратів впливає фактор сезонної зміни попиту з боку населення, а саме: збільшення продажів лікарських засобів спостерігається в лютому-квітні, а також в IV кварталі, що частково пов'язано із щорічним загостренням захворювань грипом, РВІ й іншими захворюваннями [4].

Протягом 2010-2011 рр. фармацевтичний ринок України в цілому характеризувався високими темпами росту (у середньому на 20-30% щорічно), а також низьким рівнем споживання лікарських засобів на душу населення (витрати на медичні препарати займають 4-5 місце у витратах середньостатистичного українця). Споживання лікарських засобів на одного мешканця України за підсумками I півріччя 2011 року приблизно становить близько 200 грн.) [5, 12].

Загальний об'єм роздрібного продажу товарів усіх категорій «аптечного кошику», включаючи лікарські засоби, вироби медичного призначення, косметіку, дієтичні добавки, за підсумками 2011 г. склав 27,2 млрд. грн. На 1,9 млрд. упаковок, перевищив показник попереднього року на 15,9% в грошовому і 0,1% в натуральному вимірі, в доларовому еквіваленті цей показник досяг 3,4 млрд. дол. США, збільшившись на 15,4% [5, 8].

В структурі аптечного продажу значну частку складають лікарські засоби — 84,6% в грошовому і 63,9% в натуральному вимірі, причому цей показник збільшився в порівнянні з попередніми роками [12].

Середня вартість 1 упаковки товарів «аптечного кошику» в цілому по ринку за підсумками 2011 г. склала 14,5 грн., збільшившись майже на 16% в порівнянні з минулим роком. Сегменти лікарських засобів та виробів медичного призначення являються ринкоутворюючими, відповідно вони задають темпи загальноринкового приросту середньої вартості. Мінімальні темпи приросту середньої вартості 1 упаковки були відмічені для дієтичних добавок і косметики, що, як засвідчують підсумки 2011 г., в першому випадку посередньо сприяло збільшенню об'єму продажу, а в другому — не вплинуло

позитивним чином на динаміку аптечного продажу цієї продукції. Нагадаємо, що приріст середньої вартості 1 упаковки лікарських засобів забезпечується не тільки інфляційною складовою, але й зміщенням структури роздрібного споживання з дешевих на більш вартісні лікарські засоби. В 2010–2011 гг. вклад інфляційної складової в сумарний приріст ринку аптечного продажу лікарських засобів локального виробництва значно перевищив такий для сегменту закордонних препаратів. Окрім цього, для обох сегментів в минулому році характерний перерозподіл споживання з низьковартісних на середньо і більш вартісні препарати. В сегменті лікарських засобів закордонного виробництва значний вклад в приріст аптечного продажу в грошовому вимірі забезпечується збільшенням фізичного об'єму споживання [5].

У загальному обсязі продажів фармацевтичної продукції в Україні, на лікарські засоби припадає близько 60%, на вироби медичного призначення – 32%, косметичну продукцію – близько 3% від загального обсягу продажів. Питома вага вітчизняних препаратів в натуральному вимірі, становила близько 60%, при цьому темпи збільшення продажів вітчизняних препаратів становили у середньому 30%, іноземних – 15-20%. Проте, у грошовому вимірі на вітчизняну продукцію доводиться близько 25-30% загальних продажів, тоді як на імпорту відповідно – 70-75% [13].

Необхідно відзначити, що за підсумками січня-липня минулого року спостерігалось поступове відновлення та збільшення обсягів імпорту фармацевтичної продукції в Україну, що частково пов'язано з відносною стабілізацією валютних курсів. Так, обсяг імпорту готових лікарських засобів склав 8,3 млрд. грн. (+15% порівняно з 2010 роком). Найбільшими країнами-імпортерами фармацевтичної продукції в Україну були: Німеччина, Індія, Угорщина, Франція та інші країни. Серед дистриб'юторів незмінною за підсумками 2010–2011 гг. залишається трійка лідерів по об'єму поставок лікарських засобів в аптечні заклади — «БадМ», «Оптима-Фарм» і «Альба Україна». Рівень консолідації в сегменті дистрибуції традиційно залишається самим високим в порівнянні з другими сегментами ринку і має тенденцію до подальшого зростання. За підсумками 2011 г. топ-10 дистриб'юторів сумарно акумулювали 91,7% об'єму поставок лікарських засобів в аптечну мережу в грошовому вимірі. Це: БадМ, Оптима-Фарм, Альба Україна, Фра-М, Вента, Фіто-Лек, Каскад-Медікал, АВС Логістик Парк, Фармако, Центр медичний Медцентр М.Т.К [7].

Основними іноземними виробниками, продукція яких представлена на українському ринку є: «Nucomed» (Австрія), «Berlin-Chemie/Menarini Group» (Німеччина), «KRKA» (Словенія), «Glaxosmithkline» (Великобританія) «Gedeon Richter» (Угорщина) і т.д [7, 8].

Серед вітчизняних підприємств-виробників фармацевтичної продукції можна відзначити наступні підприємства: Корпорація «Фармак», «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», Корпорація «Артеріум» («Київмедпрепарат», «Галичфарм»), Корпорація «Стірол», «Дарниця», «Здоров'я», «Лекхім», «Київський завод вітамінів» і т.д. Також за останні 3 роки значно покращили свої позиції такі вітчизняні компанії як: «ІнтерХім»,

«ПРО-фарма» і «Юрія-Фарм». 5 основних компаній виробляють близько 50-55%% продукції. У 2010-2011 роках на українському фармацевтичному ринку здійснюють реалізацію продукції близько 600 виробників, з них близько 140 – українські підприємства, тобто український ринок є досить концентрованим та має високий рівень конкуренції.

За підсумками січня-липня минулого року вітчизняними підприємствами було вироблено готової продукції на суму 3,5 млрд. грн. (+29% порівняно з аналогічним періодом 2010 року). Активізація попиту з боку населення на лікарські засоби українського виробництва і як наслідок збільшення обсягів виробництва було досягнуто частково за рахунок суттєвого збільшення рекламних та маркетингових витрат підприємств-виробників, пов'язаних з просуванням продукції на ринок.

Географія експортних поставок здебільшого представлена такими країнами як: Узбекистан, Казахстан, Росія, Білорусь та інші країни. Концентрація експорту фармацевтичної продукції українського виробництва, переважно до країн СНД пояснюється наявністю жорсткої системи контролю якості продукції на європейських ринках, а також необхідністю наявності у виробників GMP сертифікатів. Згідно досліджень агентства «Кредит-Рейтинг», українські підприємства-виробники використовують у виробництві в основному імпортовану сировину, що прив'язує як структуру собівартості, так і рівень відпускних цін до коливань курсу національної валюти відносно долара та євро. При цьому сировина та матеріали українського виробництва представлені здебільшого допоміжними матеріалами (упаковка тощо).

З основних тенденцій розвитку фармацевтичного ринку України необхідно також відмітити збільшення українськими підприємствами обсягів виробництва в цілому, а також частки в структурі виробництва препаратів, які відносяться до групи високорентабельної продукції (у т.ч. препарати-джеренерики). Крім того, у рамках поетапної модернізації основних фондів, вітчизняні компанії здійснюють сертифікацію виробничих потужностей у відповідності зі стандартами Виробничої практики GMP ЄС (міжнародні стандарти й правила, які регламентують організацію виробництва й контроль якості фармацевтичної продукції на всіх стадіях технологічного процесу). На думку рейтингового агентства «Кредит-Рейтинг», з однієї сторони наявність GMP сертифікатів підвищує конкурентоспроможність продукції та фактично є допуском українських фармацевтичних компаній на ринки розвинених країн, з іншої сторони, модернізація виробництва за вимогами даних директив може привести до збільшення собівартості і як наслідок росту цін на продукцію, що експортується.

*Прогноз розвитку ринку.* На фармацевтичному ринку України будуть спостерігатися наступні тенденції:

1) Збереження та поступове зростання обсягів виручки від реалізації продукції, виробленої вітчизняними підприємствами, тому що лікарські засоби входять у групу товарів з низьким ступенем еластичності попиту, тобто, попит на дану продукцію залишається стійким навіть при зниженні купівельної спроможності населення в умовах економічної кризи.

2) Посилення державного регулювання фармацевтичної галузі України. При цьому, негативно на показники діяльності українських виробників фармацевтичної продукції може вплинути: повна заборона реклами лікарських засобів усіх груп, яку наразі ініціює Антимонопольний комітет України; встановлення обмежень на торгівельну націнку для дистриб'юторів лікарських засобів вітчизняного виробництва; спрощення контролю за лікарськими засобами, які імпортуються в Україну (Постанова КМУ від 01.03.2010 №216).

Позитивними факторами, які сприятимуть зміцненню ринкових позицій вітчизняних підприємств є: концентрація виробничих потужностей на розширенні виробництва препаратів-дженериків; поступовий перехід виробничих процесів на GMP стандарти; цінова привабливість фармацевтичної продукції українського виробництва.

**Висновки:** Серед країн СНД фармацевтичний ринок України - другий за величиною після Росії. За даними Держкомстату України, обсяг вітчизняного фармацевтичного ринку значно збільшився порівняно з минулим роком. Звичайно, це непоганий показник, але в той же час значно збільшився і обсяг ринку ЛЗ закордонного виробництва. Щоб запобігти негативним явищам у вітчизняній фармацевтичній промисловості, необхідно ужити визначених невідкладних заходів щодо підтримки вітчизняної фармакологічної галузі. При цьому потрібно використовувати такі важелі, які б дозволили врахувати потреби пацієнтів в ефективних, безпечних і доступних лікарських засобах, а також економічні інтереси виробників лікарських засобів. Вже сьогодні потрібно потурбуватися про базу для розвитку ринку в 2012 г., щоб, підводячи його підсумки, можна було впевнено озирнутися назад, оцінивши результати зробленої за рік роботи, і впевнено продовжувати рух вперед.

#### **Література:**

1. Асмолова Н. Производство исследуемых лекарственных препаратов / Н. Асмолова, Е. Зимина // Вісник фармакології та фармації. – 2007. – № 4. – С. 34–41.

2. Бартатович С. В. Удосконалення процесу товароруху в комунальних фармацевтичних підприємствах за умов упровадження менеджменту якості / С. В. Бартатович, О. Ю. Горбунова // Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. – 2010. – № 3 (11). – С. 30–34.

3. Вернигор Н. Обзор фармацевтического рынка Украины за первое полугодие 2008 года / Н. Вернигор // Провизор. – 2008. – № 17. – С. 12–20.

4. Гайдаенко Г. Проблемы применения методики анализа маркетинговой среды предприятия / Г. Гайдаенко // Вестник Московского университета. Сер. Экономика. – 2003. – № 5. – С. 108–126.

5. Горлова И. С. Фармацевтический рынок Украины 2009-2010 гг. Возвращение в будущее... [Електронний ресурс] / И. С. Горлова. – Режим доступу : [www.smd.net.ua/ru/analitic](http://www.smd.net.ua/ru/analitic).

6. Громовик Б.П., Гасюк Г.Д., Левицька О.Р. Фармацевтичний маркетинг: теоретичні і прикладні засади. – Вінниця, Нова книга, 2004р. – С.155-241.

7. Державний формуляр лікарських засобів. Випуск третій / під ред.. В.Т.

Чумака, В.І. мальцева А.М. Морозова та ін. – К., 2011 – 1443 с.

8. Деякі питання державного регулювання цін на лікарські засоби і виробу медичного призначення: Постанова КМ України від 25.03.2009 р. №333 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

9. Еволюція і методологія сучасного фармацевтичного маркетингу / В. Л. Багірова, С. Г. Сбоева, П. В. Лопатін та ін. // Фармац. журн. – 2001. – № 2. – С. 27–35.

10. Компендиум 2009- лекарственных препараты /Под ред. В.Н.Коваленко, А.П.Викторова. - К.: Морион. - 2009. - 1388 с.

11. Михайлов И.Б. Клиническая фармакология ( Учебник для студентов медицинских вузов) – 3-е изд., перероб. и доп. – СПб.: ООО „ Издательство ФОЛИАНТ ”, 2002. – С.234-239.

12. Пестун І. В. Аналіз впливу факторів зовнішнього мікросередовища на роботу аптечних підприємств / І. В. Пестун, І. В. Бондарева // Запоріжський мед. журн. – 2009. – Т. 11, № 6. – С. 131–134.

13. Посилкіна О. В. Шляхи удосконалення технології бюджетування на фармацевтичних підприємствах / О. В. Посилкіна, Н. М. Мусієнко // Фармац. журн. – 2008. – № 3. – С. 10–16.

14. Хруцкий В. Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка : учеб. пособие / В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 528 с.

#### **АНАЛИЗ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА УКРАИНЫ**

**Пригула Р.Л., Шматенко А.П., Пригула Л.Г., Страшний В.В.**

**Резюме.** В статье проведен анализ отечественного фармацевтического рынка, который дает целостное представление об: объеме рынка, динамике его развития, уровне цен, конкурентной среде, будущих перспективах, общей конъюнктуре рынка и возможностях выхода на него.

**Ключевые слова:** фармацевтический рынок, структура, дистрибьютор, цена, лекарственное средство.

#### **ANALYSIS PHARMACEUTICAL MARKET of UKRAINE**

**R.Pritula, A.Shmatenko, L.Pritula, V.Strashniy**

**Summery:** A domestic pharmaceutical market which gives integral presentation about analysis is conducted in the article: market volume, dynamics of his development, standard of prices, competition environment, future prospects, general state of affairs of market and possibilities of output on him.

**Keywords:** pharmaceutical market, structure, distributor, price, medication.