

субъектами и послужила основой формирования новой экономической среды — интернет-экономики.

В статье были рассмотрены теоретические основы электронной коммерции, ее составляющие, также проанализировано состояние интернет-торговли. Затем были изучены методы оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере интернет-торговли, такие как затратный, сравнительный и доходный подходы. При этом была учтена новизна и уникальность данного вида бизнеса.

Список литературы: 1. Основы электронной коммерции - / Юрасов А.В., Горячая линия-Телеком, Москва, 2007 г. 2. Электронный ресурс: http://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная_коммерция 3. Электронный ресурс: http://valide.ru/Kak_ocenit_internetproekt/ 4. Калинин В.В. Планирование и реализация Интернет-проекта. // Сб. трудов второго науч-практич. семинара / Под ред. д.э.н. проф. Ильенковой С.Д. - М: ИНИОН РАН, 2003. - 0,4 п.л. 5. "Electronic Commerce: Theory and Practice (Studies in Computational Intelligence)", Makoto Yokoo, Springer, 2008

Надійшло до редколегії 14.02.2012

УДК 658.8:615.45(477)

Я.Г. ЧЕЖІЯ, магістрант НТУ „ХПІ”, Харків
Р.Г. МАЙСТРО, к.е.н., доц., НТУ „ХПІ”, Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

У статті визначаються сучасний стан та перспективи розвитку фармацевтичного ринку України. Досліджено фактори, що стримують розвиток фармацевтичного ринку.

В статті определяются современное состояние и перспективы развития фармацевтического рынка Украины. Исследованы факторы, которые сдерживают развитие фармацевтического рынка.

In the article the modern state and prospects of pharmaceutical market development of Ukraine are determined. Factors, that restrain pharmaceutical market development, are explored.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, дослідження, інвестиції, лікарські засоби.

Вступ. Фармацевтичний ринок - це потужний промисловий сектор, який входить у п'ятірку найбільш прибуткових галузей світового господарського комплексу. Фармацевтична галузь посідає значне місце і в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, багато в

чому визначає національну і оборонну безпеку країни, відрізняється великою наукоємністю і розвиненою кооперацією.

Дослідженням проблеми розвитку фармацевтичного ринку присвячені наукові праці вітчизняних науковців Пестуна І.В., Мнушко З.М. Н.М.Дихтярьова, Карамишева Д.В. [3,4,6]. та ін. В їх публікаціях висвітлюються актуальні питання щодо інвестиційно-інноваційного розвитку фармацевтичної галузі України. Однак чимало питань стосовно напрямків розвитку фармацевтичного ринку залишаються недостатньо дослідженими і потребують поглибленого вивчення.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення проблем функціонування фармацевтичного ринку та обґрунтування перспектив його подальшого розвитку.

Методологія. Теоретичною основою дослідження є наукові праці та публікації вітчизняних вчених. В даній роботі були використані загальнонаукові методи: аналізу та синтезу, порівняння.

Результати. Український роздрібний ринок лікарських засобів структурується. Цей процес обумовлений як державним регулюванням, так і дією ринкових механізмів. Причому вплив як першого, так і другого чинників бізнес переживає досить хворобливо. Незважаючи на скорочення кількості аптечних установ, конкуренція на роздрібному ринку лікарських засобів посилюється. [1].

Протягом останніх років фармацевтичний ринок України в цілому характеризувався високими темпами росту (у середньому на 20-25%% щорічно), а також низьким рівнем споживання лікарських засобів на душу населення (витрати на медичні препарати займають 4-5 місце у витратах середньостатистичного українця)...

Так, за підсумками 2010 року Україна займає 4 позицію за рівнем витрат на лікарські засоби у розрахунку на душу населення серед країн СНД (після Росії, Білорусі та Казахстану). Інформацію про динаміку розвитку фармацевтичного ринку України наведено на рисунку 1.

У загальному обсязі продажів лікарських препаратів найбільша питома вага, за підсумками 2010 року, традиційно припадає на м. Київ та Східні регіони. У структурі продажів лікарських засобів (в натуральному вимірі) на низькій та середній ціновій сегменти припадає близько 85-90% загального обсягу реалізації, що характерно для країн з низьким рівнем розвитку медицини, зокрема, системи діагностики, медичного страхування...

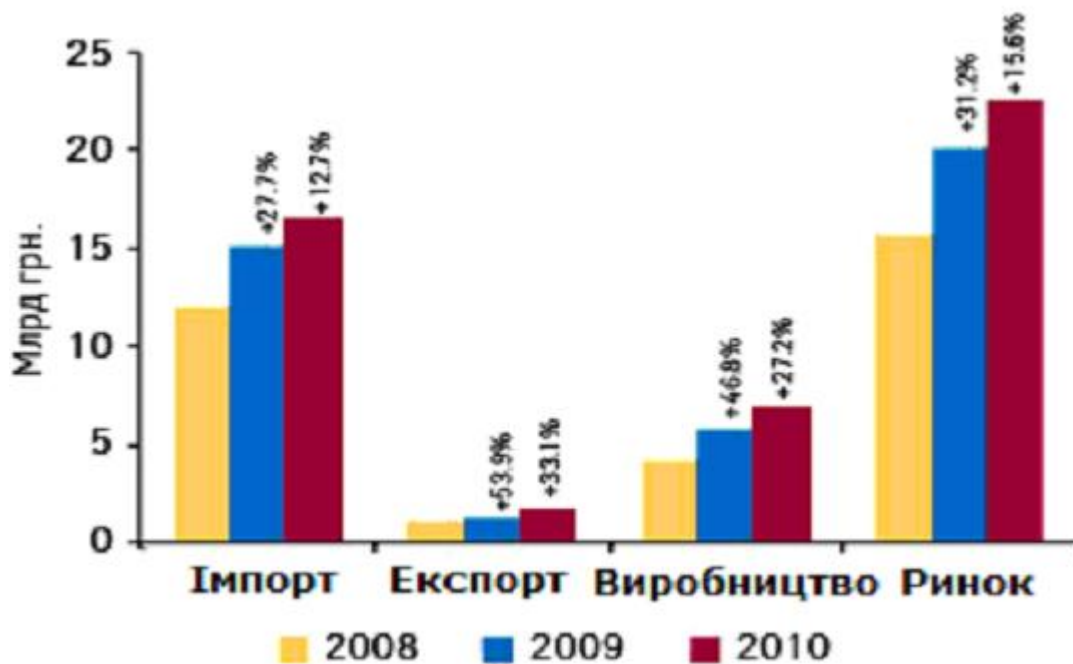


Рис. 1 – Динаміка розвитку фармацевтичного ринку України

Споживання лікарських засобів на одного мешканця України за підсумками 2010 року становить близько 200 грн.) [2]. 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.

На сьогодні фармацевтичний ринок України характеризується переважанням на ньому іноземних виробників. Серед найбільших компаній лідером за обсягом аптечних продажів ЛЗ в грошовому виразі за підсумками першого кварталу 2010 року була компанія «Berlin-Chemie/Menarini Group».

Вітчизняні виробники у ТОП-листі фармацевтичних компаній на ринку України за обсягом аптечних продажів ЛС в грошовому виразі у першому кварталі 2010 році займають тільки 30 відсотків від загальної кількості представлених фармацевтичних компаній, а в першу десятку увійшли тільки три вітчизняні компанії. Це говорить про те, що український фармацевтичний ринок належить іноземним фармацевтичним компаніям з якими вітчизняним компаніям важко конкурувати навіть на власному ринку, не кажучи вже про світовий фармацевтичний ринок.

Враховуючі прогнози дані експертів (обсяг світового фармацевтичного ринку за підсумками поточного року продемонструє зростання на 4-6% до рівня в 825 млрд. дол. США, у 2013 року – до 975 млрд. дол. США), українські фармацевтичні виробники мають можливості у середньостроковій перспективі збільшити обсяги експорту своєї продукції.

У цілому на найбільші десять країн, які поставляють лікарські засоби в Україну, припадає близько 70% всього імпорту (у натуральному та грошовому вимірах). Основними компаніями-імпортерами фармацевтичної продукції, які працюють в Україні, є: ТОВ «БадМ», ТОВ СП «Оптима-Фарм» Лтд, ТОВ «ВВС-Лтд», ЗАТ «Альба Україна», ТОВ «Санофі-Авентіс Україна» та інші підприємства (на 20 найбільших імпортерів за підсумками 2010 року приходить близько 70% імпорту). Основними іноземними виробниками, продукція яких представлена на українському ринку є: «Berlin-Chemie/Menarini Group» (Німеччина), «Nucomed» (Австрія), «KRKA» (Словенія), «Sanofi-aventis» (Франція), «Gedeon Richter» (Угорщина) і т.д.

Серед вітчизняних підприємств-виробників фармацевтичної продукції найбільшими є: Корпорація «Фармак», «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», Корпорація «Артеріум» («Київмедпрепарат», «Галичфарм»), Корпорація «Стірол», «Дарниця», «Здоров'я», «Лекхім» та інші підприємства. На частку п'яти основних компаній-виробників доводиться близько 50% виробленої в країні продукції. На кінець 2010 року на українському фармацевтичному ринку близько 140 підприємств мали діючі ліцензії на промислове виробництво лікарських засобів. Вітчизняними виробниками за 2010 рік було вироблено готової продукції на суму 6,8 млрд. грн. (+27% у порівнянні з 2009 роком).

Активізацію попиту з боку населення частково було досягнуто за рахунок суттєвого збільшення рекламних та маркетингових витрат підприємств-виробників, пов'язаних з просуванням продукції на ринок [3].

Протягом останніх років українські підприємства-виробники фармацевтичної продукції нарощували обсяги експортних поставок, не винятком став і 2010 рік. Так, за 12 місяців зазначеного періоду експорт готових лікарських засобів вітчизняного виробництва склав близько 1,4 млрд. грн. (+33% у порівнянні з 2009 роком), при цьому у натуральному вимірі експорт зріс лише на 2%, до 12,7 тис. т. Тобто, основним чинником збільшення українського експорту було підвищення відпускних цін.

Географія експортних поставок традиційно представлена переважно країнами СНД: Узбекистан, Росія, Казахстан, Білорусь. Найбільшими українськими виробниками, які експортують свою продукцію, є ВАТ «Фармак» та Корпорація «Артеріум».

Особливого значення в боротьбі за виживання й подальший успішний розвиток вітчизняної фармацевтичної галузі набувають логістика та маркетинг і такий його сучасний напрямок, як брендинг ЛП. Запровадження логістичного підходу в управління діяльністю ФП на сучасному етапі є визначальною тенденцією. Необхідність такого підходу підтверджена загальним посиленням логістичних компонентів у процесах розподілу суспільно корисних товарів та послуг в умовах конкурентного середовища на національних та світових ринках. Зокрема, у фармацевтичній галузі частка сумарних розподільних витрат у продажу ЛП є досить значною й становить 13,4%. Актуальність запровадження логістичного підходу в управління ФП на сучасному етапі їх розвитку обумовлена також необхідністю визначення й завоювання власної ринкової ніші для різних суб'єктів фармацевтичного ринку, оскільки лише таким чином можна забезпечити як сталий економічний стан ФП, так і максимальне задоволення потреб споживачів. Важливими елементами такого підходу для ФП є, зокрема, управління закупівлями ЛП, моніторинг діяльності постачальників, визначення асортиментної політики з урахуванням вимог кінцевих споживачів та ін. [4].

Сьогодні в Україні серед вітчизняних ЛП по-справжньому сильних трендів ще немає. Але свій позитивний образ за допомогою рекламних акцій, PR-політики та інших інструментів намагаються створювати всі вітчизняні лідери фармацевтичного ринку. Їх зусилля, як правило, сконцентровані на 1–2 найбільш перспективних препаратах, оскільки повноцінний брендинг за оцінками фахівців коштує від 300 тис. до 1 млн дол. США. Можна очікувати, що на цьому полі у найближчому майбутньому буде розгорнута найбільш суворона конкурентна боротьба між вітчизняними виробниками. І ті фармацевтичні підприємства, які зможуть знайти найбільш оригінальні стратегії брендингу, поділять між собою внутрішній ринок.

З іншого боку, фармацевтична промисловість виробляє продукцію високої соціальної значущості і тому, більш ніж інші галузі, вона повинна орієнтуватися на принципи соціально-етичного маркетингу і забезпечення доступності цін на ЛЗ.

Висновки. За дослідженнями рейтингового агентства «Кредит-Рейтинг» у 2012 році на фармацевтичному ринку України буде спостерігатися збереження та поступове зростання обсягів виручки від реалізації продукції вітчизняних підприємств, що зумовлено приналежністю лікарських засобів до групи товарів з низькою еластичністю попиту, тобто, попит на дану продукцію залишається стійким навіть при зниженні купівельної спроможності або істотному підвищенні цін. Крім того, у середньостроковій перспективі можливе подальше посилення державного регулювання фармацевтичної галузі України.[5]. У 2012 році зростанню внутрішнього фармацевтичного ринку може сприяти збільшення доходів населення, тенденція до старіння нації, яка спостерігається в Україні протягом останніх років, а також збільшення обсягів проведення заходів щодо профілактики захворювань. При цьому стримуючими факторами є державне регулювання галузі, можливі валютні ризики тощо. [6].

В цілому, український фармацевтичний ринок, зокрема виробничий сегмент, є привабливим для іноземних інвесторів, що пояснюється відносно низьким рівнем консолідації ринку. Проте, стримуючими чинниками, які заважають активізації інвестиційної діяльності, є високі внутрішні ризики, пов'язані з нестабільністю законодавчого регулювання, а також низький рівень уніфікації українських та міжнародних норм виробництва.

Список літератури: **1** Силивончик А.В. Де фармація // Бізнес. – 2012. - №6. – С.66-67. **2** Статистичний щорічник України за 2011 рік /Держкомстат України. - К.: Техніка 2011.- 125с. **3** Пестун І.В. Напрямки удосконалення Національної лікарської політики в Україні за індикаторами її оцінки ВООЗ // Збірник наукових праць співробітників КМАПО ім. П.Л.Шупика. – К., 2009. – 717-723. **4** Мнушко З.М. Менеджмент та маркетинг у фармації: Ч.ІІ. Менеджмент у фармації: Підручник для студентів вузів. – 2-е вид.-/ З.М.Мнушко, Н.М.Дихтярьова; під ред. З.М.Мнушко. – Х.: Вид-во НФаУ «Золоті сторінки», 2009. – 448 с. **5.** Чорноротов О. Фармацевтичний ринок України // Інтернет-ресурс: <http://www.credit-rating.ua>. **6** Карамішев Д.В., Леонова Ю.О. Державне регулювання інвестиційних процесів у фармацевтичній галузі України // Електронне наукове фахове видання «Державне будівництво». Харків – 2009. - № 9.

Надійшло до редколегії 14.02.2012