

вий продукт не буде проданим, якщо потенційний клієнт не усвідомить потреби в ньому або витрати на страхування він з різних причин віднесе до переліку другорядних. Ці питання об'єднані поняттям формування споживчого попиту.

Підвищення рівня поінформованості про доступні види страхових послуг є необхідною умовою формування попиту на них, і вимагає використання особливого інструменту маркетингових комунікацій — персонального продажу, який передбачає особистий контакт потенційного споживача послуг і представника страхової компанії.

Висновки. Проблеми діяльності страхових компаній в Україні обумовлені як впливом зовнішніх факторів, так і особливостями розвитку внутрішніх процесів у компаніях. До факторів негативного впливу зовнішнього середовища потрібно віднести інфляцію, низький рівень доходів населення, недосконалість законодавчо-правової бази. Негативними внутрішніми факторами, у першу чергу, слід вважати ігнорування страховими компаніями сучасних принципів управління. В умовах подальшого посилення конкуренції на страховому ринку саме маркетинговий підхід до управління стане необхідною умовою удосконалювання діяльності страхових компаній.

Література

1. Закон України «Про страхування» 25/96-ВР, у редакції від 30.07.2010.
2. *Зубець А. Н.* Маркетинговые исследования страхового рынка. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2001. — 224 с.
3. *Котлер Ф., Армстронг Г.* Маркетинг: Общий курс: 5-е изд. / Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. — 608 с.
4. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник под редакцией проф. Алексунина В. А. — М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2001. — 516 с.
5. *Хованов А.* Продажа страховой услуги // Страховое ревю. — № 7. — 2000.
6. www.uainsur.com — офіційний сайт Ліги страхових організацій України.

Стаття надійшла до редакції 17.06.2010 р.

УДК 338.4

І. О. Григораш, аспірантка,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Анотація. У статті розглянуто особливості розвитку фармацевтичного ринку України, визначено його структуру, обсяг та динаміку росту. Проаналізовано вплив ключових тенденцій світового фармацевтичного ринку на розвиток вітчизняних підприємств, охарактеризовано основні напрямки їх діяльності та перспективи розвитку. На основі проведеного аналізу визначено тенденції розвитку фармацевтичної галузі України у 2011—2012 рр.

Ключові слова: фармацевтична галузь, рівень розвитку, обсяг ринку, ключові тенденції.

Вступ. На сьогоднішній день фармацевтична галузь України є однією з найперспективніших, про що свідчать основні тенденції та темпи росту світового фармацевтичного ринку. Як зазначають експерти, в найближчі п'ять років вітчизняні виробники можуть збільшити обсяги реалізації на 15—20 % та значно розширити ринку збуту. Проте, незважаючи на прогнозовані перспективи успіху галузі, слід відзначити наявність групи чинників, що негативно впливають на ефективність діяльності вітчизняних фармацевтичних підприємств та стримують їх розвиток.

Постановка задачі: проаналізувати структуру, обсяг та динаміку росту фармацевтичного ринку України, дослідити ключові фактори впливу на розвиток діяльності вітчизняних фармацевтичних виробників.

Результати. Фармацевтичний України включає: виробництво лікарських засобів і виробів медичного призначення, оптовий і роздрібний продаж продукції через аптечні мережі, спеціалізоване зберігання й дистрибуцію. Сьогодні в Україні функціонують понад 180 підприємств — виробників лікарських засобів, 23 фармацевтичні фабрики, біля 2000 оптових фармацевтичних компаній, понад 22 000 аптек.

Щодо вітчизняних виробників фармацевтичної продукції, то лідерами галузі на сьогоднішній день є ВАТ «Фармак», корпорація «Артерім» (до складу якої входять «Київмедпрепарат» та «Галичфарм»), «Фармацевтична фірма «Дарниця», «Фармацевтична компанія «Здоров'я» та НВЦ «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод». Частка ринку п'яти найбільших вітчизняних фармацевтичних підприємств становить трохи більше 15 % від загально об'єму фармацевтичного ринку України.

Український ринок лікарських засобів складається з госпітального та роздрібного сегментів. У госпітальному сегменті продаж лікарських препаратів здійснюється через лікувально-профілактичні установи України. Частка госпітальних закупівель у загальному обсязі вітчизняного ринку ЛЗ за підсумками 9 місяців 2010 року складає 2,3 млрд грн за 116,5 млн упаковок, що відповідно на 12 і 24 % менше у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року. Проте, слід зазначити, що в структурі госпітальних закупівель ЛЗ, як у натуральному, так і в грошовому еквіваленті, щорічно збільшується частка препаратів вітчизняного виробництва. Так, з 2008 по 2010 рік частка ЛЗ українського виробництва в загальному об'ємі госпітальних закупівель зростає з 38 до 44 % у грошовому, та з 80 до 85 % у натуральному виразі (рис. 1).

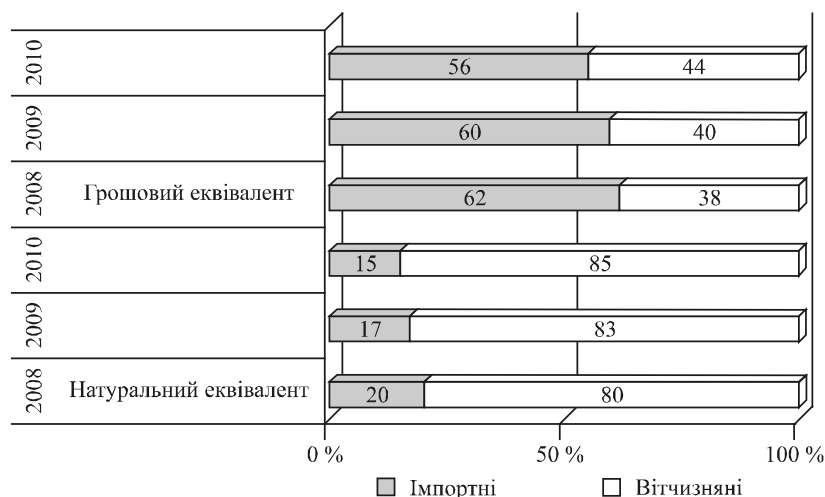


Рис. 1. Структура госпітальних закупівель ЛЗ 2008—2010 рр.

Роздрібний сегмент ринку ЛЗ представлений, насамперед, аптечними мережами. У загальному обсязі продажів лікарських препаратів найбільша питома вага, за підсумками I півріччя 2010 року, традиційно припадає на м. Київ (13 % у грошовому еквіваленті та 10 % у натуральному) та Східні регіони (близько 33 %). Доцільно також зазначити, що споживання ЛЗ у столиці в два рази вище, ніж у середньому в інших регіонах і за I півріччя 2010 року досягло 400 грн на особу, тоді як в інших регіонах цей показник суттєво нижчий.

За результатами проаналізованого періоду (2008—2010 рр.) у структурі продажів лікарських засобів (у натуральному вимірі), у 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.

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

За підсумками січня-вересня 2010 року загальний об'єм українського фармацевтичного ринку (розрахований за формулою «імпорт + виробництво – експорт»), склав 15,1 млрд грн за 33,9 тис. т, що відповідно на 19,9 % та 15,8 % більше у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року (рис. 1 і 2).

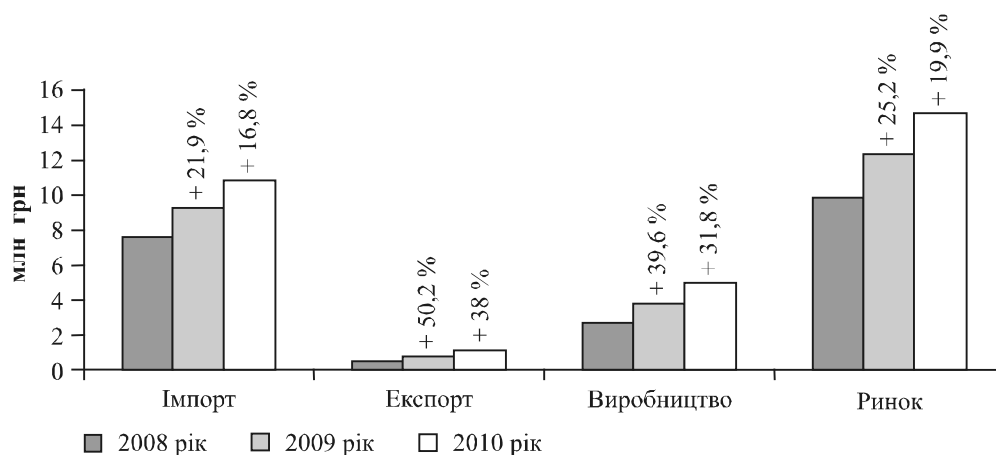


Рис. 2. Об'єм фармацевтичного ринку в розрізі його складових у грошовому еквіваленті за підсумками січня-вересня 2008—2010 рр. у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року

У натуральному вимірі (тис. т) об'єм вітчизняного фармацевтичного ринку за дев'ять місяців 2010 року не відновився до докризового рівня (рис. 3). При цьому, в сегменті виробництва ГЛЗ у натуральному вимірі (тис. т) об'єм 2008 року перевершено, а сегменту імпорту не вдалося відновити докризові показники. Проте імпортери все ще є лідерами ринку ГЛЗ і саме вони забезпечують основний внесок у загальний приріст ринку. Варто зазначити, що підвищення темпів приросту імпорту у порівнянні з січнем-вереснем 2009 року у натуральному вимірі в певній мірі є наслідком зменшення об'ємів поставок у попередньому році, що в свою чергу суттєво вплинуло на зниження бази порівняння.

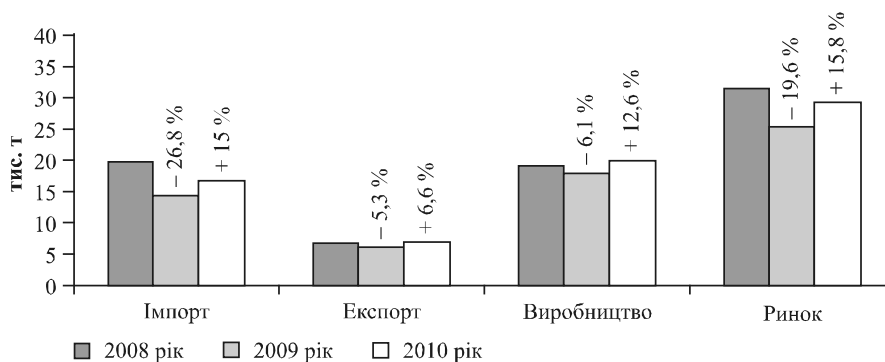


Рис. 3. Об'єм фармацевтичного ринку в розрізі його складових у грошовому еквіваленті за підсумками січня-вересня 2008-2010 рр. у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року.

Враховуючи той факт, що на сьогоднішній день три четверти українського фармацевтичного ринку займають ЛЗ імпортного походження, а також те, що більше 80 % вітчизняної фармацевтичної продукції виготовляється на основі імпортної сировини, очевидно є висока ступінь залежності вітчизняного ринку від іноземних постачальників. Саме це стало основною причиною негативного впливу на розвиток українського фармацевтичного ринку під час економічної кризи — спостерігалось зниження попиту і пропозиції в натуральному вимірі, суттєве здорожчання ЛЗ, а також зміщення структури споживання на користь недорогих препаратів. Зазначені фактори призвели до скорочення імпорту ЛЗ та сприяли зміцненню позицій вітчизняних фармацевтичних виробників. У 2010 році цей сегмент продовжує демонструвати високу ринкову активність. Так, за період січень-вересень 2010 року в Україні було виготовлено 23,2 тис. т ГЛЗ на суму 4,8 млрд грн, що відповідно на 13 % і 32 % більше у порівнянні з відповідними показниками за аналогічний період 2009 року.

У розрізі помісячної динаміки зростання обсягів виробництва спостерігається протягом усіх дев'яти місяців періоду, що аналізується. У вересні 2010 року було відмічено максимальний об'єм виробництва ГЛЗ у грошовому еквіваленті за всю історію розвитку вітчизняної фармацевтичної галузі — 665,8 млн грн (рис. 4).

Динаміка росту вітчизняного фармацевтичного ринку

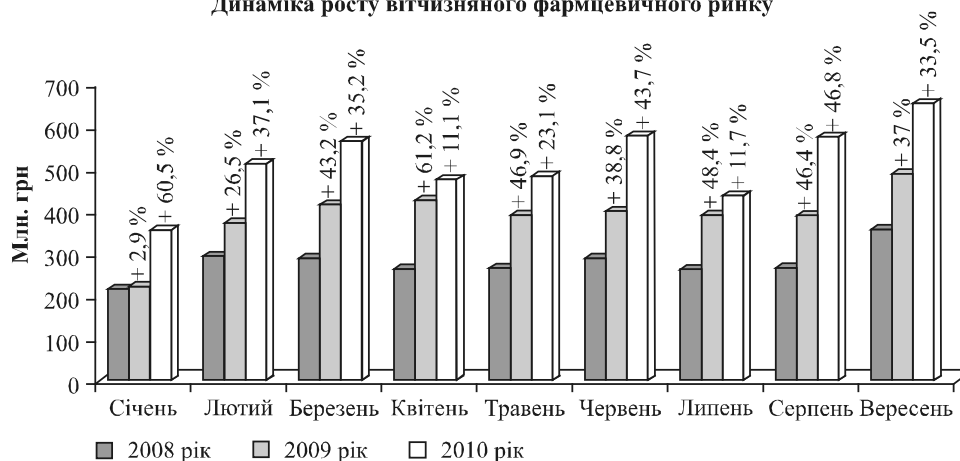


Рис. 4. Динаміка об'єму вітчизняного виробництва ГЛЗ у грошовому еквіваленті у січні-вересні 2008—2010 років із зазначенням темпів приросту у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року

Аналізуючи вітчизняний фармацевтичний ринок, на нашу думку, доцільно звернути увагу на такі основні аспекти:

- ***співвідношення частки готових лікарських засобів (далі ГЛЗ) вітчизняного виробництва та імпортного походження у структурі фармацевтичного ринку України***

З кінця 90-х років український ринок ГЛЗ наповнювався імпортною продукцією. Вплив зарубіжних виробників постійно зростає, ослаблюючи тим самим позиції вітчизняних фармацевтичних підприємств.

За даними інвестиційної компанії «Синком Капітал» у 2004 році частка іноземної продукції у грошовому еквіваленті становила 69 %, а в 2008 році зросла до 79 %. Під впливом економічної кризи дана тенденція дещо змінилася. За даними інвестиційної групи «Сократ», у минулому році об'єм зарубіжних поставок скоротився в натуральному виразі на 16,2 % і становив 1,9 млрд доларів, що на 13,4 % у порівнянні з минулим роком. Основною причиною зниження попиту на імпортну продукцію є її суттєве здороження у гривневому еквіваленті у порівнянні з вітчизняними аналогами.

З точки зору дистриб'юторів, ГЛЗ можна класифікувати за їх походженням таким чином: імпортовані за кошти у гривні, імпортовані за валюту та вітчизняного виробництва. Так, якщо ще на початку минулого року частка імпорту «за гривню» складала близько 15 % від загального об'єму роздрібного ринку ГЛЗ, то зараз можна констатувати збільшення цієї цифри вдвічі — до 30 %.

Доцільно зазначити, що різниця в ціні між імпортними ЛЗ та українськими аналогами дуже суттєва — залежно від категорії товару вона може відрізнятись у 3—4 рази, а інколи навіть у 6—7 разів. Окрім цього, за даними інвестиційної компанії «Велес Капітал», у 2009 році середня ціна на імпортні медикаменти зросла на 67 %, тоді як на вітчизняні — на 34 %. Підвищення цін на ЛЗ українського виробництва пов'язані в першу чергу з використанням імпортної сировини, вартість якої у гривневому еквіваленті суттєво підвищилася. Проте наявність запасів сировини дозволило вітчизняним виробникам підвищувати ціни поступово, в результаті чого їм вдалося суттєво збільшити обсяги продажів та навіть покращити фінансові показники.

Проте зарубіжні виробники не збираються так просто піти з українського ринку. В кінці минулого року вони помітно активізувалися, дещо знизили ціни та збільшили рекламні бюджети. Аналітики компанії «Сократ» зазначають, що в 2009 році зарубіжні виробники почали реєструвати свої підприємства для ведення господарсько-комерційної діяльності на території України з використанням національної валюти в якості основної;

- ***виробництво генериків (біоеквівалентних копій оригінальних препаратів)***

Загальносвітова тенденція зростання обсягів продажів генериків справила позитивний вплив на діяльність вітчизняних фармацевтичних підприємств, які давно і якісно освоїли їх виробництво. Це дало їм змогу розширити свій асортимент більш дорогою продукцією, що користується попитом, водночас поступово зменшуючи випуск препаратів низької цінової категорії. На сьогоднішній день українські фармацевтичні підприємства успішно розвивають випуск генериків, що застосовуються при лікуванні респіраторних захворювань, покращують метаболізм, впливають на травну, серцево-судинну та нервову системи. За якістю вони не гірші імпортних ЛЗ, проте коштують дешевше;

- ***виробництво оригінальних препаратів***

За часів СРСР в Україні було сформовано сильну фармацевтичну галузь. Саме на території нашої держави зосереджувалася переважна більшість потужних заво-

дів та дослідницьких центрів. За словами експертів, Україна була однією з небагатьох країн у СНГ, що мала власну фармакопею (сукупність стандартів та положень, що визначають норми якості лікарської сировини). Після розпаду СРСР вітчизняні фармацевтичні підприємства певний час або виробляли однотипну дешеву продукцію, або обмежувалися виробництвом субстанцій для виробництва готових ЛЗ. Згодом почали впроваджувати у виробництво генерики і лише нещодавно перейшли до розробки власних оригінальних ЛЗ.

Незначна частка оригінальних ЛЗ у структурі виробництва вітчизняних підприємств пояснюється перш за все тривалістю розробки (може тривати від 10 до 14 років) та вартістю процесу — до кількох млрд доларів. Тому термін окупності інвестицій може розтягнутися на десятиліття, а в умовах державного регулювання цін на вітчизняні препарати — інвестиції взагалі можуть не окупитися. Тому, незважаючи на потужну виробничу базу, українським фармацевтичним підприємствам навряд чи вдасться розробляти інноваційні, високотехнологічні ЛЗ, такі як онкологічні препарати, антиретровірусні препарати для хворих та інфікованих ВІЧ/СПІД, ЛЗ для хворих астмою та хронічними захворюваннями бронхів;

- **просування ЛЗ.** Основною проблемою вітчизняного фармацевтичного ринку фахівці вважають невпевненість споживачів та лікарів в ефективності ЛЗ вітчизняного виробництва. Якщо в сегменті безрецептурних препаратів нашим виробникам поступово вдається налагоджувати контакти із споживачами, то в рецептурному — ситуація набагато складніша. Лікарі зацікавлені у співпраці із зарубіжними компаніями, призначають імпорتنі ЛЗ частіше, ніж вітчизняні. Це є результатом багаторічної роботи представників іноземних компаній багатьох напрямків — від різноманітних заохочень медпрацівників, до організації конференцій і проведення семінарів. Проте, слід зазначити, що незважаючи на фінансову кризу та обмежені фінансові ресурси, вітчизняні виробники ЛЗ широко застосовують інші методи просування своєї продукції, зокрема масові рекламні компанії. Так, у 2010 році компанія «Фармак» витратила на рекламу понад 100 млн грн. Удвічі менший маркетинговий бюджет у ВАТ «Дарниця», проте у порівнянні з попереднім роком він зріс на 250 %. Це свідчить про усвідомлення вітчизняними виробниками ЛЗ необхідності просування їхньої продукції. Фахівцями доведено, що об'єм продажів ЛЗ прямо пропорційний частоті їх появи на телебаченні та в пресі.

Враховуючи вищезазначене, на нашу думку, доречно звернути увагу на те, що серед десяти лідерів за об'ємами інвестицій у рекламу на національному телебаченні за підсумками січня—серпня 2010 року — лише один вітчизняний виробник — компанія «Фармак» (на 6-му місці), інші дев'ять лідерів — представництва іноземних виробників.

З прийняттям законопроекту щодо заборони реклами безрецептурних препаратів у неспеціалізованих засобах масової інформації (по суті взагалі на телебаченні), в загальнонаціональних газетах та журналах, вітчизняним виробникам ЛЗ не доведеться конкурувати з величезними рекламними бюджетами зарубіжних виробників, що суттєво підвищить їх шанси на успіх;

- **вплив ЛЗ азійського походження на вітчизняний фармацевтичний ринок.** ЛЗ азійського виробництва витісняють вітчизняні препарати на фармацевтичному ринку України. Про це повідомив радник головного державного інспектора по контролю за якістю ЛЗ Міністерства охорони здоров'я України Володимир Бортицький. На його думку, спостерігається ефект «витіснення національного ви-

робника», у зв'язку з появою на українському ринку великої кількості ЛЗ із країн південно-східної Азії, в тому числі Китаю та Індії, що є значно дешевшими у порівнянні з вітчизняними аналогами. Проблема полягає в тому, що за останні декілька років вимоги до імпортованих ЛЗ, що реалізуються на території України було суттєво лібералізовано, зокрема відмінено процедуру обов'язкової перевірки виробників на відповідність вимогам GMP. У зв'язку з чим підвищується небезпека проникнення на український ринок неякісної або фальсифікованої продукції. З метою покращення ситуації основні зусилля направлені на контроль якості ЛЗ, а також забезпеченню рівних умов усім виробникам на фармацевтичному ринку України;

- **збільшення обсягів експорту вітчизняних ЛЗ.** Світовий досвід свідчить, що країни експортують ту продукцію, для виробництва якої в них є надлишкові фактори виробництва. Щодо українського фармацевтичного ринку, то його основною конкурентною перевагою можна вважати порівняно низькі виробничі витрати, зокрема витрати на оплату кваліфікованої робочої сили. На сьогоднішній день експортний потенціал вітчизняної фармацевтичної галузі використовується несуттєво, що перш за все пов'язано з нестачею фінансових ресурсів для вдосконалення матеріально-технічної бази виробництва у відповідності до GMP та розробки оригінальних препаратів. За даними Державного інформаційно-аналітичного центру моніторингу зовнішніх товарних ринків «Держзовнішінформ» загальний об'єм українського експорту ГЛЗ за січень—вересень 2010 року склав приблизно 960 млн грн (що на 38 % більше у порівнянні з аналогічним періодом у 2009 році) за приблизно 9 тис. т. (+ 7 % у порівнянні з січнем—вереснем 2009 року). У зазначений період основними напрямками експорту ГЛЗ традиційно були країни пострадянського простору. Максимальний об'єм поставок у грошовому виразі отримав Узбекистан, також у п'ятірку лідерів потрапили Росія, Казахстан, Білорусія і Молдова. За підсумками січня—вересня 2010 року втричі збільшився обсяг експорту в Німеччину (з 18 млн грн до 53 млн грн).

Серед експортерів ГЛЗ за об'ємом поставок у грошовому еквіваленті за підсумками січня—вересня 2010 року лідувала компанія «Фармак». У п'ятірку лідерів також увійшли корпорація «Артеріум», ЗАТ «Індар», ВАТ «Дарниця» та ООО «Фармацевтична компанія «Здоров'я». У січні—вересні 2010 року загальна питома вага топ-20 компаній у загальній структурі експорту ГЛЗ у грошовому еквіваленті збільшилася з 59 % до 85 % у порівнянні з аналогічним періодом 2009 року;

- **державне регулювання фармацевтичного ринку.** Деякі фахівці вважають, що зберегти об'єми продажів у 2009 році українським виробникам вдалося не лише завдяки нижчим, у порівнянні з імпортованими, цінам, але й завдяки протекціонізму влади. Так, вітчизняним виробникам було надано пріоритетне право реалізовувати медикаменти для лікарень відповідно до Закону № 694 від 18.12.2008 р. «Про внесення змін в деякі закони України стосовно мінімізації впливу фінансової кризи на розвиток вітчизняної промисловості». У липні 2009 року зазначений документ було визнано неконституційним, проте 8 грудня Кабінет Міністрів прийняв постанову № 1335, що повернула преференції вітчизняним виробникам.

Висновки. Проаналізувавши вплив ключових аспектів фармацевтичного ринку на розвиток вітчизняної фармацевтичної галузі, можна зробити висновок, що в 2011—2012 рр. спостерігатимуться такі 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, встановлення обмежень на торговельну націнку для дистриб'юторів лікарських засобів вітчизняного виробництва; спрощення контролю за лікарськими засобами, які імпортуються в Україну

3. Українські фармацевтичні виробники мають можливості у середньостроковій перспективі збільшити обсяги експорту своєї продукції. При цьому, позитивними факторами, які сприятимуть зміцненню ринкових позицій вітчизняних підприємств є: концентрація виробничих потужностей на розширенні виробництва препаратів-генериків; поступовий перехід виробничих процесів на GMP.

Література

1. Малей М., Приходько О. Актуальні питання державного регулювання фармацевтичного ринку // Еженедельник Аптека. — 2009. — № 47. — С. 12—13.
2. Нагребейский. Украинский фармацевтический рынок глазами профессионалов // Медична газета Здоров'я України. — 2006. — № 23—24. — С. 8—11.
3. Помнить нельзя забыть! Промактивность компаний-производителей среди специалистов здравоохранения: итоги 2010 г. // Еженедельник Аптека. — 2011. — № 5. — С. 34—36.
4. Шibaева А. По пути успеха! Импорт—экспорт, производство готовых лекарственных средств: итоги января—июля 2010 г. // Еженедельник Аптека. — 2010. — № 46. — С. 22—25.
5. Шibaева А. Повесть об одном фармынке... Импорт—экспорт, производство готовых лекарственных средств: итоги января—сентября 2010 г. // Еженедельник Аптека. — 2010. — № 44. — С. 31—36.

Стаття надійшла до редакції 14.05.2010 р.