

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.001.36

ОЦІНКА МІКРОСЕРЕДОВИЩА ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

© 2014 ДОРОВСЬКИЙ О. В.

УДК 338.001.36

Доровський О. В.

Оцінка мікросередовища фармацевтичної галузі України

Метою даної статті є оцінка та аналіз факторів мікросередовища фармацевтичної галузі України. Задля досягнення поставленої мети у статті побудовано структурно-логічну модель мікросередовища фармацевтичної галузі України. Доведено, що фармацевтичну галузь України доцільно аналізувати за такими напрямками: фактори впливу, канали постачання, канали збуту та конкуренція. За визначеними напрямками досліджено мікросередовище фармацевтичної галузі України. На базі застосування методу ОТ-аналізу проведено її оцінку. Побудовано когнітивну карту причинно-наслідкового зв'язку можливостей і загроз мікросередовища фармацевтичної галузі України. На базі проведеного дослідження доведено, що найбільші загрози для фармацевтичної галузі України чинять такі фактори: великі обсяги імпортованих лікарських засобів (ЛЗ) у вартісному виразі на внутрішньому ринку, випереджальне зростання вартості однієї умовної упаковки ЛЗ, скорочення чисельності населення та низькі обсяги госпітальних закупівель ЛЗ.

Ключові слова: фармацевтична галузь, мікросередовище, фактор, лікарський засіб, ОТ-аналіз, когнітивна карта

Рис.: 18. **Табл.:** 8. **Бібл.:** 15.

Доровський Олександр Вікторович – кандидат економічних наук, доцент, здобувач, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України (пл. Свободи, 5, Держпром, 7 під'їзд, 8 поверх, Харків, 61022, Україна)

Email: office@zt.com.ua

УДК 338.001.36

UDC 338.001.36

Доровской А. В. Оценка микросреды фармацевтической отрасли Украины

Dorovsky O. V. Evaluation of Micro-Environment of the Pharmaceutical Industry in Ukraine

Целью данной статьи является оценка и анализ факторов микросреды фармацевтической отрасли Украины. Для достижения поставленной цели в статье построена структурно-логическая модель микросреды фармацевтической отрасли Украины. Доказано, что фармацевтическую отрасль Украины целесообразно анализировать по следующим направлениям: факторы влияния, каналы поставки, каналы сбыта и конкуренция. По выделенным направлениям исследована микросреда фармацевтической отрасли Украины. На базе применения метода ОТ-анализа проведена ее оценка. Построена когнитивная карта причинно-следственной связи возможностей и угроз микросреды фармацевтической отрасли Украины. На базе проведенного исследования доказано, что самые большие угрозы для фармацевтической отрасли Украины составляют следующие факторы: большие объемы импортных лекарственных средств (ЛС) в стоимостном выражении на внутреннем рынке, опережающий рост стоимости одной условной упаковки ЛС, сокращение численности населения и низкие объемы госпитальных закупок ЛС.

The article is aimed at evaluation and analysis of micro-environment factors of the pharmaceutical industry in Ukraine. In order to achieve the desired goal, in the article a structural-logic model of micro-environment of the pharmaceutical industry in Ukraine is built. It has been proven that the pharmaceutical industry of Ukraine can be reasonably analyzed in the following directions: influence factors, supply channels, distribution channels, and competition. Micro-environment of the pharmaceutical industry in Ukraine was analyzed in the selected directions. Its evaluation was carried out by means of the OT-analysis. A cognitive map of the causation of opportunities and threats to the micro-environment of the pharmaceutical industry in Ukraine was built. On the basis of the study has been proven, that the following factors represent the biggest threats to the pharmaceutical industry in Ukraine: large volumes of imported pharmaceutical products (PhP) in value terms on the domestic market, higher-than-anticipated growth of cost of conventional PhP-packing, population decline and the low volumes of hospital procurements of PhP.

Ключевые слова: фармацевтическая отрасль, микросреда, фактор, лекарственное средство, ОТ-анализ, когнитивная карта

Keywords: pharmaceutical industry, micro-environment, factor, pharmaceutical product, OT-analysis, cognitive map

Рис.: 18. **Табл.:** 8. **Библ.:** 15.

Рис.: 18. **Табл.:** 8. **Библ.:** 15.

Доровской Александр Викторович – кандидат экономических наук, доцент, соискатель, Научно-исследовательский центр индустриальных проблем развития НАН Украины (пл. Свободы, 5, Госпром, 7 подъезд, 8 эт., Харьков, 61022, Украина)

Dorovsky Oleksandr V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Applicant, Research Centre of Industrial Problems of Development of NAS of Ukraine (pl. Svobody, 5, Derzhprom, 7 pidyizd, 8 poverkh, Kharkiv, 61022, Ukraine)

Email: office@zt.com.ua

Email: office@zt.com.ua

Одним з пріоритетних напрямів діяльності держави у сфері внутрішньої політики є збереження та зміцнення здоров'я населення. Вирішення цього питання пов'язане із проблемою функціонування та розвитку фармацевтичної галузі країни.

На сучасному етапі розвитку фармацевтичний ринок України є другим за обсягами виробництва продукції серед пострадянських країн після Російської Федерації. Темпи приросту українського фармацевтичного ринку навіть у післякризовий період становили не менше 10 %, що дозволяє віднести його до категорії швидкозростаючих. Проте, відмічаючи високу динамічність змін у соціальній сфері й в економіці, а також велике коло факторів, що впливають на розвиток цієї галузі, актуальним залишається весь комплекс досліджень, пов'язаних з аналізом факторів макро- та мікросередовища функціонування галузі, її проблем та конкурентних переваг.

Різним аспектам проблеми розвитку фармацевтичної галузі присвячено роботи В. Андріанова, І. Дутчак, О. Євстратова, М. Зданович, С. Іщенко, М. Кизима, В. Кондратьєва, С. Кулагіна, А. Лін, Nigel Mac Lennan Н., З. Мнушко, О. Посилкіної, Ю. Солодковського, О. Татаркіна, О. Трофимової, S. Chapell та ін. Віддаючи належне дослідженням науковців, зазначимо, що забагато питань даної проблемної галузі все ж таки залишаються недостатньо опрацьованими та потребують проведення подальших досліджень. До таких питань належить і аналіз мікросередовища фармацевтичної галузі України.

Отже, метою даної статті є оцінка та аналіз факторів мікросередовища фармацевтичної галузі України.

На думку більшості вчених [1 – 5], безпосередній вплив на діяльність підприємств тієї чи іншої галузі економіки будь-якої країни світу чинить безпосереднє мікроекономічне середовище.

Вчені по-різному визначають чинники (або елементи) мікросередовища галузей економіки. Так, наприклад, М. Портер до головних елементів мікросередовища галузі відносить [1]: споживачів; постачальників; товаризамінники; конкурентів та фірми, які потенційно можуть увійти до галузі.

Такої самої точки зору дотримуються А. Томпсон і А. Дж. Стрикленд [4]. В. Немцов і Л. Довгань до цього переліку додають місткість ринку [2].

Д. Колінс і С. Монтгомері в елементи мікросередовища підприємств галузі включають: силу постачальника, рівень конкуренції, загрозу вторгнення (вхідні бар'єри), загрозу заміщення, купівельну силу [3].

Л. Балабанова визначає, що безпосередній вплив на діяльність підприємств галузі справляють такі чинники мікросередовища, як споживачі, конкуренти, постачальники, маркетингові посередники, контактні аудиторії [5].

Ґрунтуючись на роботах цих та інших вчених, пропонується до елементів мікросередовища фармацевтичної галузі відносити такі: пропозиція (постачальників), попит (споживачів), конкуренція і ємність ринку.

З урахуванням цього структурно-логічна модель мікросередовища фармацевтичної галузі має такий вигляд (рис. 1).

Ґрунтуючись на наведеній на рис. 1 структурно-логічній моделі та працях вчених, які безпосередньо розглядали функціонування фармацевтичної галузі та підходи до аналізу мікросередовища [5 – 10], пропонується така аналітична схема дослідження мікросередовища фармацевтичної галузі України (рис. 2).

Як видно з рис. 2, розглядаючи фармацевтичну галузь України, необхідно аналізувати її за напрямками: фактори впливу, канали постачання, канали збуту і конкуренція.

Обсяг ринку продаж ЛЗ у вартісному виразі (V_B) в Україні у 2006 – 2013 рр. має тенденцію до зростання навіть у кризові 2008 – 2009 рр. У 2013 р. до 2006 р. він збільшився на 344,7 % і склав 33,09 млрд грн або 4,1 млрд дол. США. Але, незважаючи на доволі значні темпи зростання, ринок ЛЗ в Україні, у порівнянні з іншими країнами світу, залишається досить невеликим за своїми масштабами та рівнем споживання на одного жителя (рис. 3).

На обсяг реалізації ЛЗ (ємність ринку) у вартісному виразі в першу чергу впливають обсяги реалізації в натуральному виразі (V_H) та середня вартість однієї умовної упаковки ЛЗ (C_1). Як видно з табл. 1, на темпи зростання обсягу реалізації ЛЗ у вартісному виразі в країні у 2006 – 2013 рр. – 344,7 % значно більшою мірою вплинуло зростання середньої вартості однієї умовної упаковки – 326,2 %, аніж збільшення продажів ЛЗ в натуральному виразі – 105,8 % (рис. 4 та табл. 1).

На темпи зміни обсягів продажів ЛЗ в натуральному виразі в Україні у 2006 – 2013 рр. в першу чергу повинні були вплинути фактори: чисельність населення (Ч), чисельність населення у віці більше 60 років (В), кількість вперше зареєстрованих випадків захворювань (З) і купівельна спроможність населення (КС) (співвідношення темпів зміни доходу на одну особу та вартості однієї умовної упаковки).

З наведених вище факторів найбільший вплив на зростання обсягів продажів ЛЗ в натуральному виразі в Україні у 2006 – 2013 рр. – 105,8 % здійснило зростання

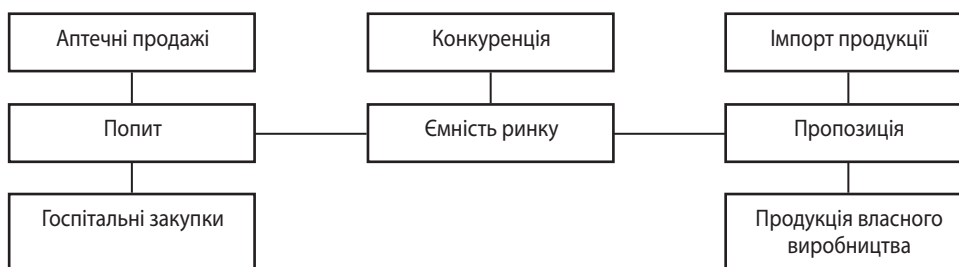


Рис. 1. Структурно-логічна модель мікросередовища фармацевтичної галузі України

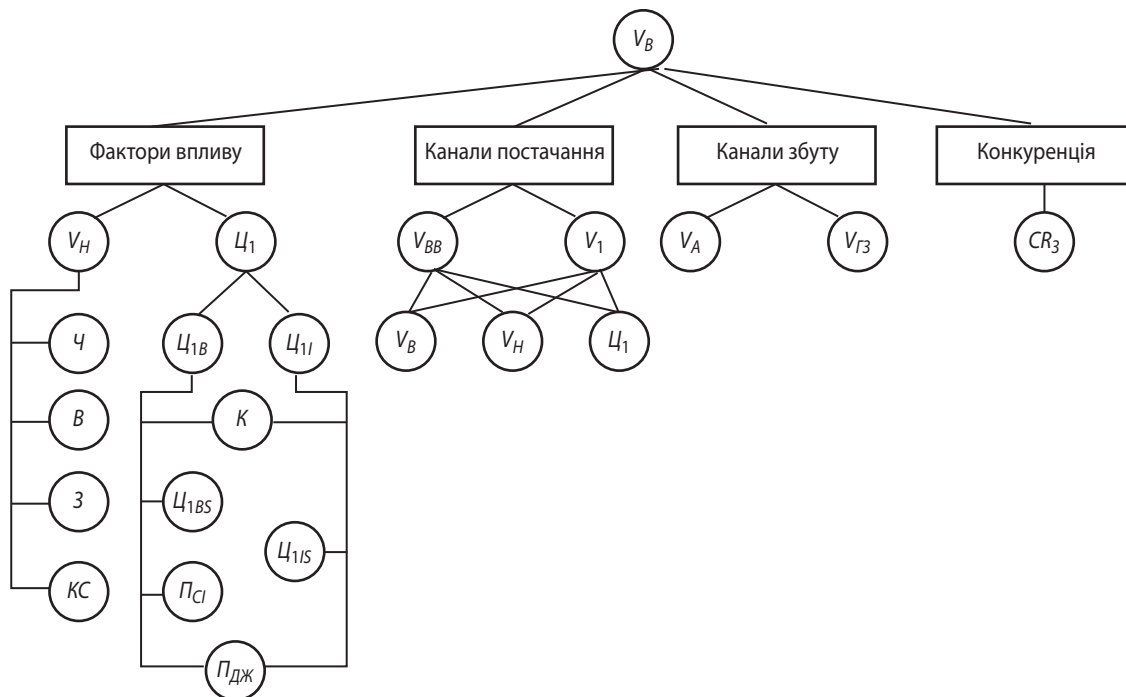


Рис. 2. Аналітична схема дослідження мікросередовища фармацевтичної галузі України

V_B – обсяг ринку продажів ЛЗ у вартісному виразі, V_H – обсяг реалізації ЛЗ в натуральному виразі, C_1 – середня вартість однієї умовної упаковки ЛЗ, C – чисельність населення, B – чисельність населення у віці більше 60 років, Z – кількість вперше зареєстрованих випадків захворювань, KC – купівельна спроможність населення, C_{1B} – середня вартість однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ, C_{1I} – середня вартість однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ, K – офіційний курс долару США, C_{1BS} – середня вартість однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ у доларовому еквіваленті, C_{1IS} – середня вартість однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ у доларовому еквіваленті, $P_{Дж}$ – обсяг продаж дженерікової продукції, P_{CI} – обсяг імпортованих субстанцій в країну, V_{BB} – обсяг ЛЗ вітчизняного виробництва, V_I – обсяг імпортованих ЛЗ, V_A – обсяг реалізації ЛЗ через аптечну торгівлю, $V_{Г3}$ – обсяг реалізації ЛЗ шляхом госпітальних закупівель, CR_3 – показник концентрації продажів ЛЗ

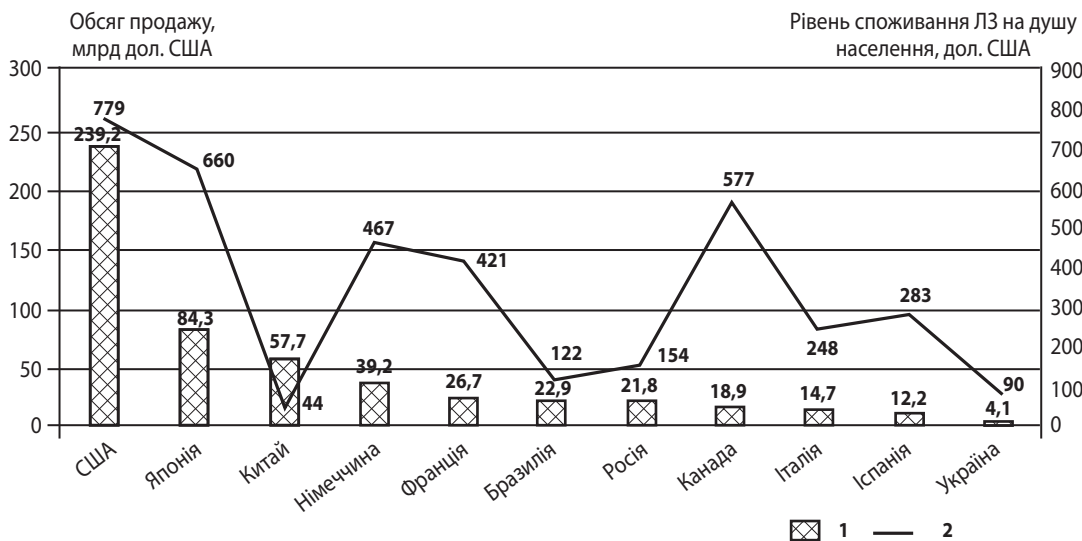


Рис. 3. Обсяг продажів ЛЗ і рівень споживання їх на душу населення в країнах світу в 2013 р.:
1 – обсяг продажів ЛЗ; 2 – рівень споживання ЛЗ на душу населення

купівельної спроможності населення – 103,2 % і збільшення чисельності населення у віці більше 60 років – 102,5 % (табл. 2 і рис. 5).

У той же час зменшення чисельності населення в країні – 97,24 % та кількості вперше зареєстрованих випадків за-

хворювань – 96,2 % навпаки від’ємно вплинули на зростання обсягів продажів ЛЗ у натуральному виразі в Україні.

Треба зазначити, що між рівнем життя населення (ВВП на душу населення) та витратами ЛЗ на одну особу в країнах світу спостерігається тісний зв’язок (рис. 6).

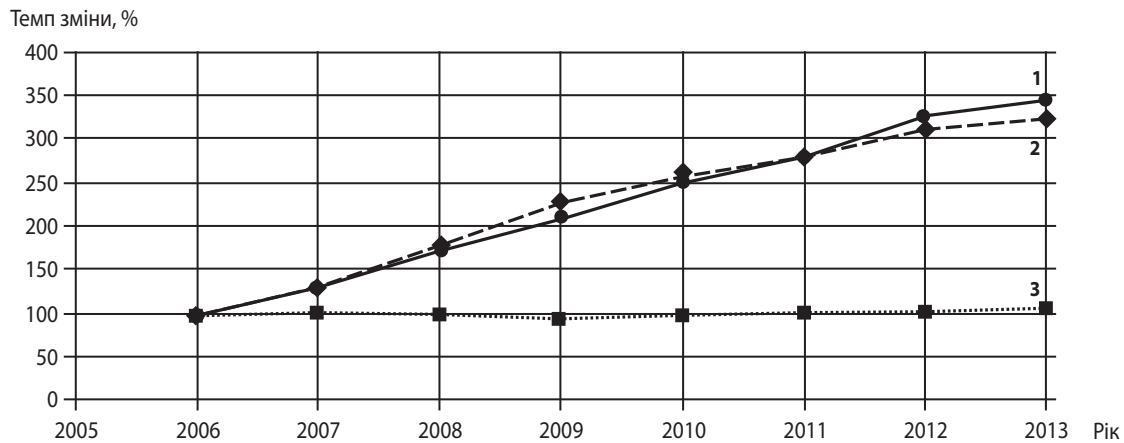


Рис. 4. Динаміка темпів зміни обсягів продажів ЛЗ і факторів, які на них впливають, в Україні у 2006 – 2013 рр.:
 1 – темпи зміни обсягів продажів ЛЗ у вартісному виразі; 2 – темпи зміни обсягів продажів ЛЗ в натуральному виразі;
 3 – темпи зміни середньої вартості однієї умовної упаковки ЛЗ

Таблиця 1

Динаміка продажів ЛЗ у вартісному виразі та факторів, які на них впливають, в Україні у 2006 – 2013 рр.

Показник	Одиниця виміру	Рік							
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Обсяг ринку в вартісному виразі	млрд грн	9,60	12,52	16,49	20,26	23,89	26,61	31,20	33,09
темп зміни до 2006 р.	%	100	130,4	171,8	211,0	248,9	277,2	325,0	344,7
	дол. США	1900	2480	3130	2600	3010	3340	3904	4140
Обсяг ринку в натуральному виразі	млрд ум. упаковок	1,39	1,40	1,38	1,31	1,37	1,38	1,44	1,47
темп зміни до 2006 р.	%	100	100,7	99,3	94,2	98,6	99,3	103,6	105,8
Середня вартість однієї умовної упаковки	грн	6,90	8,95	11,95	15,46	17,44	19,28	21,66	22,51
темп зміни до 2006 р.	%	100	129,7	173,2	224,1	252,8	279,4	313,9	326,2

Таблиця 2

Динаміка факторів, які впливають на темпи зміни обсягів продажів ЛЗ в натуральному виразі в Україні у 2006 – 2013 рр.

Показник	Одиниця виміру	Рік							
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Обсяг ринку в натуральному виразі	млрд ум. упаковок	1,39	1,40	1,38	1,31	1,37	1,38	1,44	1,47
темп зміни до 2006 р.	%	100	100,71	99,3	94,2	98,6	99,3	103,6	105,8
Чисельність населення	тис. осіб	46788	46509	46258	46053	45871	45706	45593	45490
темп зміни до 2006 р.	%	100	99,4	98,9	98,4	98,0	97,7	97,7	97,2
Чисельність населення у віці більше 60 років	тис. осіб	9488	9441	9377	9422	9502	9575	9660	9728
темп зміни до 2006 р.	%	100	99,5	98,8	99,3	100,1	100,9	101,8	102,5
Кількість вперше зареєстрованих випадків захворювань	тис. осіб	32240	32807	32467	33032	33080	32381	31162	31024
темп зміни до 2006 р.	%	100	101,8	100,7	102,5	102,6	100,4	96,7	96,2

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Дохід на одну особу	грн	7771	10126	13716	14373	18486	21638	25206	26168
темп зміни до 2006 р.	%	100	130,3	176,5	185,0	237,9	278,4	324,4	336,7
Вартість однієї ум. упаковки	грн	6,90	8,95	11,95	15,46	17,44	19,28	21,66	22,51
темп зміни до 2006 р.	%	100	129,7	173,2	224,1	252,8	279,4	313,9	326,2
Співвідношення темпів зміни доходу на одну особу та вартості однієї ум. упаковки	%	100	100,5	101,9	82,6	94,1	99,6	103,3	103,2

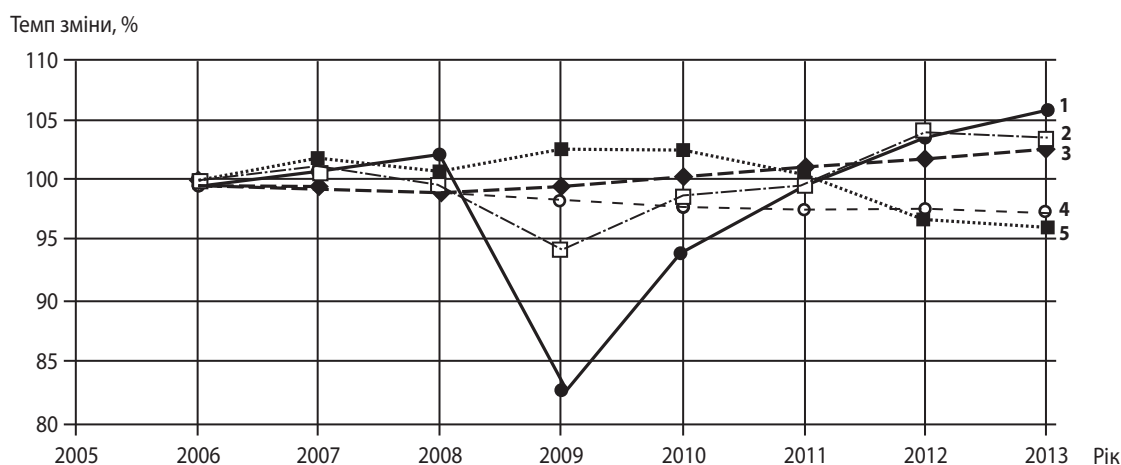


Рис. 5. Динаміка факторів, які впливають на темпи зміни обсягів продажів ЛЗ в натуральному виразі в Україні у 2006 – 2013 рр.:

1 – темпи обсягів продажів ЛЗ в натуральному виразі; 2 – співвідношення темпів зміни доходу на одну особу та вартості однієї умовної упаковки ЛЗ; 3 – темпи зміни чисельності населення у віці більше 60 років; 4 – темпи зміни чисельності населення; 5 – темпи зміни кількості вперше зареєстрованих випадків захворювань

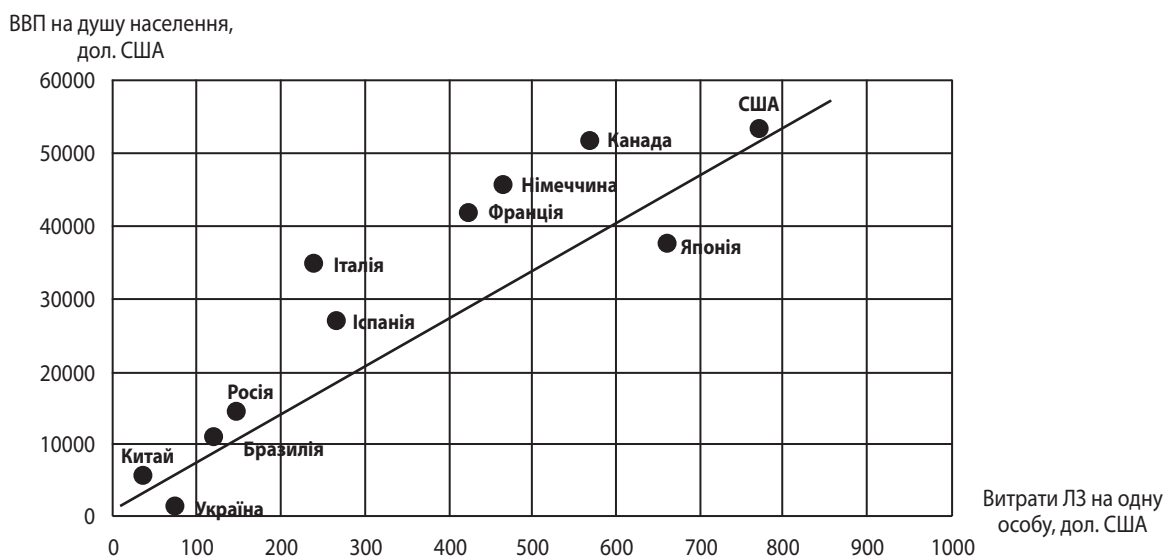


Рис. 6. Кореляційне поле взаємозв'язку ВВП на душу населення та споживання ЛЗ на одну особу в країнах світу

Як видно з рис. 6, зростання витрат ЛЗ на одну особу в Україні та обсяги їх продажів у країні стримує низький рівень життя населення.

На темпи зростання середньої вартості однієї умовної упаковки ЛЗ в Україні в 2006 – 2013 рр. – 326,2 %, впливають як темпи збільшення середньої вартості однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ – 377,7 %, так і імпортованих ЛЗ – 337,7 % (табл. 3 і рис. 7).

На темп зростання середньої вартості однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ в Україні у 2006 – 2013 рр. – 337,7 %, вплинули як зміна офіційного курсу долара США (К) – 158,2 %, так і збільшення середньої вартості однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ у доларовому еквіваленті – 213,4 %. У той же час зростання обсягів продажу дженерікової продукції ($P_{Дж}$) – 121,5 % також вплинуло на збільшення вартості імпортованих ЛЗ, що не

відповідає світовим тенденціям, оскільки дженерікові ЛЗ набагато дешевші, ніж оригінальні та біофармацевтичні (рис. 8).

У той же час необхідно зазначити, що структура світових витрат на ЛЗ у розрізі дженерікових та оригінальних препаратів значно відрізняється від українського ринку фармацевтичної продукції (рис. 9).

На темпи зростання середньої вартості однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ в Україні у 2006 – 2013 рр. – 377,7 % вплинули як темпи зміни середньої вартості однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ у доларовому еквіваленті – 239,3 %, так і збільшення обсягу імпортованих субстанцій у країну – 121,7 %, на який, у свою чергу, вплинула зміна офіційного курсу грн до дол. США – 158,2 % (рис. 10).

На внутрішній ринку України ЛЗ поставлялися як вітчизняного виробництва, так і імпортовані (табл. 4).

Таблиця 3

Динаміка факторів, які впливають на вартість продажів однієї умовної упаковки ЛЗ в Україні у 2006 – 2013 рр.

Показник	Одиниця виміру	Рік							
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Середня вартість однієї ум. упаковки	грн	6,90	8,95	11,95	15,46	17,44	19,28	21,66	22,51
темп зміни до 2006 р.	%	100	129,7	173,1	224,1	252,8	279,4	313,9	326,2
Середня вартість однієї ум. упаковки імпортованих ЛЗ	грн	12,79	15,36	19,65	27,50	29,92	39,45	42,71	43,19
темп зміни до 2006 р.	%	100	120,1	153,6	215,0	233,9	308,4	333,9	337,7
Офіційний курс	грн / дол. США	5,05	5,05	5,27	7,79	7,94	7,97	7,99	7,99
темп зміни до 2006 р.	%	100,0	100,0	104,4	154,3	157,2	157,8	158,2	158,2
Середня вартість однієї ум. Упаковки імпортованих ЛЗ	дол. США	2,53	3,04	3,73	3,53	3,77	4,95	5,34	5,40
темп зміни до 2006 р.	%	100	120,2	147,4	139,5	149,0	195,7	211,1	213,4
Середня вартість однієї ум. упаковки вітчизняних ЛЗ	грн	3,09	4,03	5,25	6,75	8,28	8,38	10,33	11,67
темп зміни до 2006 р.	%	100	130,4	169,9	218,4	268,0	271,2	334,3	377,7
Середня вартість однієї ум. упаковки вітчизняних ЛЗ	дол. США	0,61	0,80	1,0	0,87	1,04	1,05	1,29	1,46
темп зміни до 2006 р.	%	100	131,1	163,9	142,6	170,5	172,1	211,4	239,3
Питома вага імпортованих субстанцій у загальному обсязі їх споживання	%	69,0	70,0	72,0	75,0	76,0	79,0	82,0	84,0
темп зміни до 2006 р.	%	100	101,4	104,3	108,7	110,1	114,5	118,8	121,7
Питома вага дженерікових препаратів у загальному обсязі їх виробництва	%	64,8	64,9	66,9	70,0	74,0	74,8	75,7	78,8
темп зміни до 2006 р.	%	100	100,2	103,2	108,0	114,2	115,4	116,8	121,5

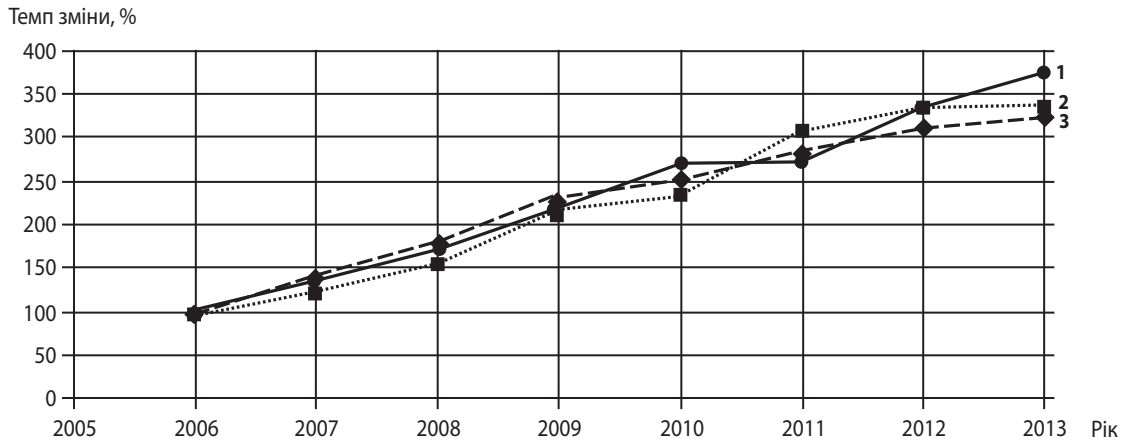


Рис. 7. Динаміка зміни вартості однієї умовної упаковки на ринку продажів ЛЗ в Україні у 2006 – 2013 рр.:
 1 – темпи зміни вартості однієї умовної упаковки вітчизняного ЛЗ; 2 – темпи зміни вартості однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ;
 3 – темпи зміни вартості однієї умовної упаковки ЛЗ

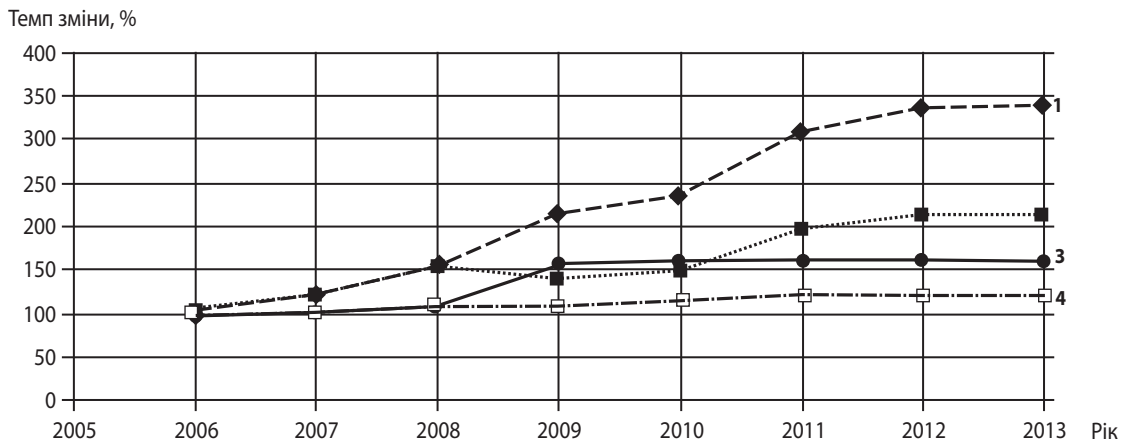


Рис. 8. Динаміка зміни факторів, що впливають на середню вартість однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ в Україні у 2006 – 2013 рр.:
 1 – темп зміни вартості однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ, грн; 2 – темп зміни вартості однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ, дол. США; 3 – темп зміни офіційного курсу грн до дол. США; 4 – темп зміни питомої ваги дженерікових ЛЗ

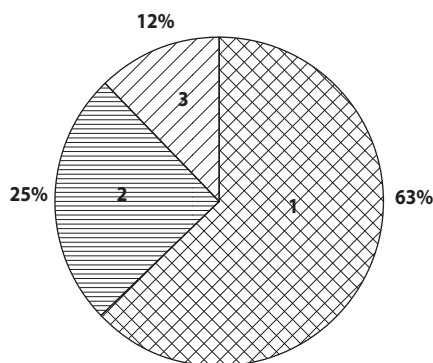


Рис. 9. Структура світових витраток на ЛЗ у розрізі дженерікових і оригінальних препаратів у 2011 р.:
 1 – оригінальні препарати; 2 – дженерікові препарати;
 3 – інші

На темпи збільшення продажів ЛЗ у вартісному виразі в Україні у 2006 – 2013 рр. – 344,7 %, вплинули збільшення обсягів постачання як вітчизняних ЛЗ – 431,0 %, так і імпортованих ЛЗ – 312,4 % (рис. 11).

На збільшення обсягу продажів ЛЗ в Україні у вартісному виразі у 2006 – 2013 рр. більше вплинуло зростання середньої вартості однієї умовної упаковки як імпортованих – 337,7 %, так і вітчизняних – 377,7 % ЛЗ (рис. 12).

У той же час у натуральному виразі зросли постачання ЛЗ на ринок України вітчизняних – 114,3 % і зменшились імпортованих ЛЗ – 92,7 % (рис. 13).

На українському ринку ЛЗ реалізація фармацевтичної продукції здійснюється через аптечну торгівлю та госпітальні закупки (табл. 5).

Темпи зростання продажів ЛЗ в Україні у вартісному виразі в 2006 – 2013 рр. – 344,7 %, у більшій мірі відбулося через збільшення роздрібно-аптечної торгівлі – 378,0 %, аніж госпітальні закупки – 170,1 % (рис. 14).

Разом з тим, треба зазначити, що в інших країнах світу госпітальні закупівлі здійснюють більший вплив на обсяги продажів ЛЗ, що обумовлено більшими витратами з бюджетів цих країн на закупівлю фармацевтичних препаратів (рис. 15)

В Україні у 2006 – 2013 рр. збільшився рівень концентрації (CR_3) продажів ЛЗ з 35,4 % до 78,9 % або на 222,9 % (табл. 6 і рис. 16).

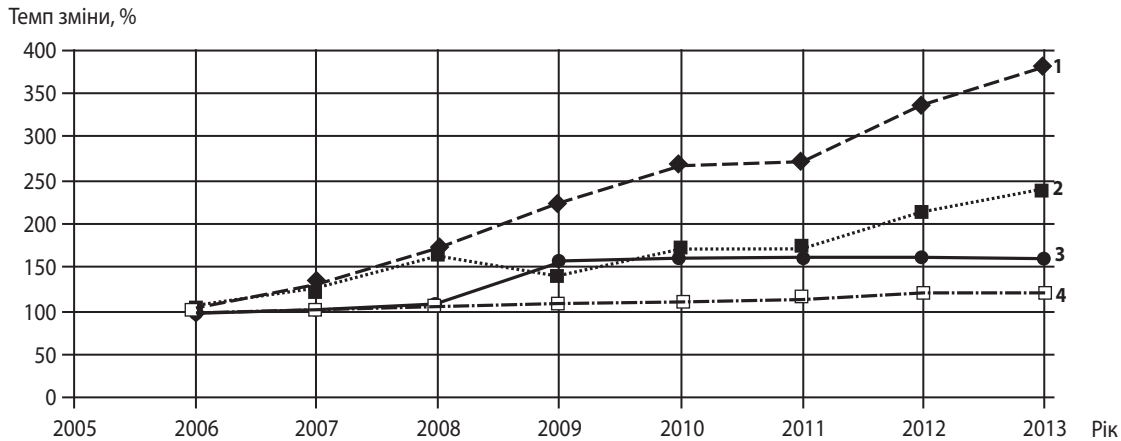


Рис. 10. Динаміка зміни факторів, що впливають на середню вартість однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ в Україні у 2006 – 2013 рр.:

1 – темп зміни вартості однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ, грн; 2 – вартість однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ, дол. США; 3 – темп зміни офіційного курсу грн до дол. США; 4 – темп зміни питомої ваги імпортованих субстанцій

Таблиця 4

Динаміка обсягу продажів ЛЗ за каналами постачання в Україні у 2006 – 2013 рр.

Показник	Одиниці виміру	Рік							
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Обсяг ринку у вартісному виразі	млрд грн	9,60	12,52	16,49	20,26	23,89	26,61	31,20	33,09
темп зміни до 2006 р.	%	100	130,4	171,8	211,0	248,9	277,2	325,0	344,7
Обсяг продажів вітчизняних ЛЗ у вартісному виразі	млрд грн	2,61	3,19	3,87	5,13	6,54	7,50	9,67	11,25
темп зміни до 2006 р.	%	100	122,2	148,3	196,6	250,6	287,4	370,5	431,0
Обсяг продажів імпортованих ЛЗ у вартісному виразі	млрд грн	6,99	9,33	12,62	15,13	17,35	19,11	21,53	21,84
темп зміни до 2006 р.	%	100	133,5	180,5	216,5	248,2	273,4	308,0	312,4
Обсяг ринку в натуральному виразі	млрд ум.упаковок	1,39	1,40	1,38	1,31	1,37	1,38	1,44	1,47
темп зміни до 2006 р.	%	100	100,7	99,3	94,2	98,6	99,3	103,6	105,8
Обсяг продажів вітчизняних ЛЗ у натуральному виразі	млрд ум.упаковок	0,84	0,79	0,74	0,76	0,79	0,90	0,94	0,96
темп зміни до 2006 р.	%	100	94,0	88,1	90,5	94,0	107,1	111,9	114,3
Обсяг продажів імпортованих ЛЗ у натуральному виразі	млрд ум.упаковок	0,55	0,61	0,64	0,55	0,58	0,48	0,50	0,51
темп зміни до 2006 р.	%	100	110,9	116,4	100,0	105,5	87,3	90,9	92,7
Вартість однієї ум.упаковки	грн	6,90	8,95	11,95	15,46	17,44	19,28	21,66	22,51
темп зміни до 2006 р.	%	100	129,7	173,2	224,1	252,8	279,4	313,9	326,2
Вартість однієї ум.упаковки вітчизняного виробництва	грн	3,09	4,03	5,25	6,75	8,28	8,38	10,33	11,67
темп зміни до 2006 р.	%	100	130,4	169,9	218,4	268,0	271,2	334,3	377,7
Вартість однієї ум.упаковки імпортованих ЛЗ	грн	12,79	15,36	19,65	27,50	29,92	39,45	42,71	43,19
темп зміни до 2006 р.	%	100	120,1	153,6	215,0	233,9	308,4	333,9	337,7

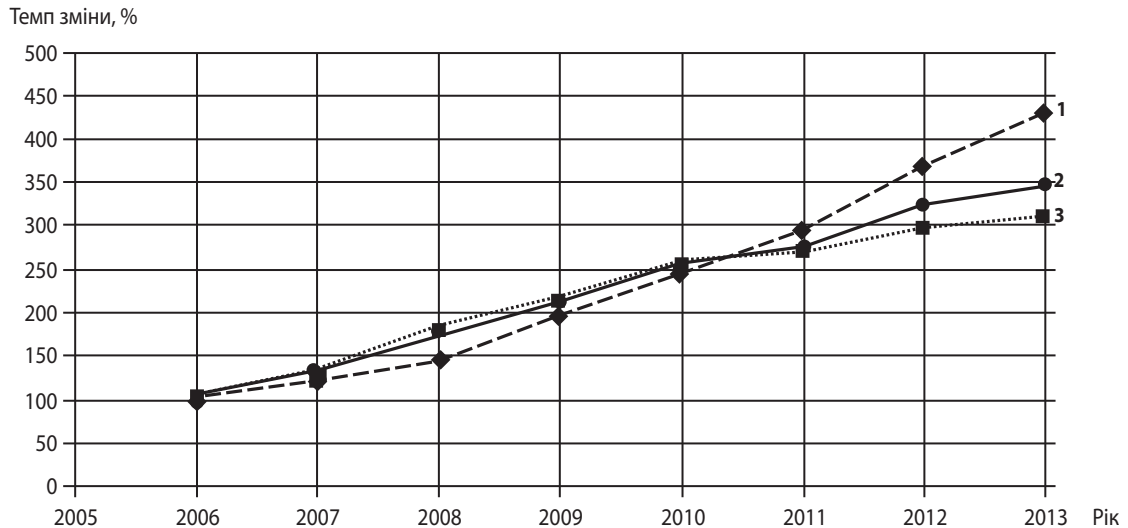


Рис. 11. Динаміка темпів обсягу продажів ЛЗ у вартісному виразі за каналами постачання в Україні у 2006 – 2013 рр.:
1 – темпи обсягів продажів вітчизняних ЛЗ; 2 – темпи обсягів продажів ЛЗ; 3 – темпи обсягів продажів імпортованих ЛЗ

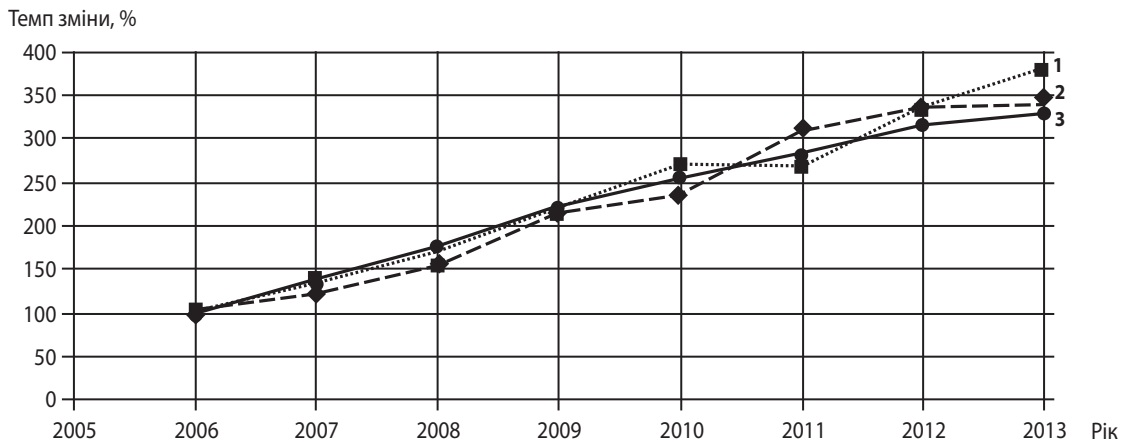


Рис. 12. Динаміка темпів зміни вартості однієї умовної упаковки ЛЗ за каналами постачання в Україні у 2006 – 2013 рр.:
1 – темп зміни вартості однієї умовної упаковки вітчизняних ЛЗ; 2 – темп зміни вартості однієї умовної упаковки імпортованих ЛЗ;
3 – темп зміни вартості однієї умовної упаковки ЛЗ

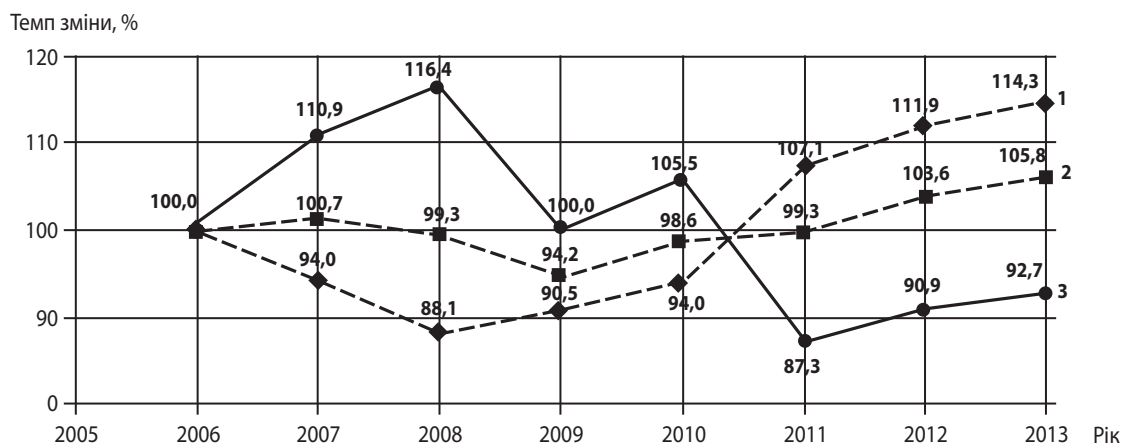


Рис. 13. Динаміка темпів зміни обсягів продажів в натуральному виразі за каналами постачання в Україні у 2006 – 2013 рр.:
1 – темпи зміни обсягів продажів вітчизняних ЛЗ; 2 – темпи зміни обсягів продажів ЛЗ;
3 – темпи зміни обсягів продажів імпортованих ЛЗ

Динаміка продажів ЛЗ за каналами збуту в Україні у 2006 – 2013 рр.

Показник	Одиниці виміру	Рік							
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Обсяг продажу ЛЗ у вартісному виразі	млрд грн	9,60	12,52	16,49	20,26	23,89	26,61	31,20	33,09
темп зміни до 2006 р.	%	100	130,4	171,8	211,0	248,9	277,2	325,0	344,7
Обсяг роздрібної торгівлі у вартісному виразі	млрд грн	8,06	10,35	13,12	16,73	19,69	23,04	27,06	30,47
темп зміни до 2006 р.	%	100	128,4	162,8	207,6	244,3	285,9	335,7	378,0
Обсяги госпітальної закупки у вартісному виразі	млрд грн	1,54	2,17	3,37	3,53	4,20	3,57	4,14	2,62
темп зміни до 2006 р.	%	100	140,9	218,8	229,2	272,7	231,8	268,8	170,1

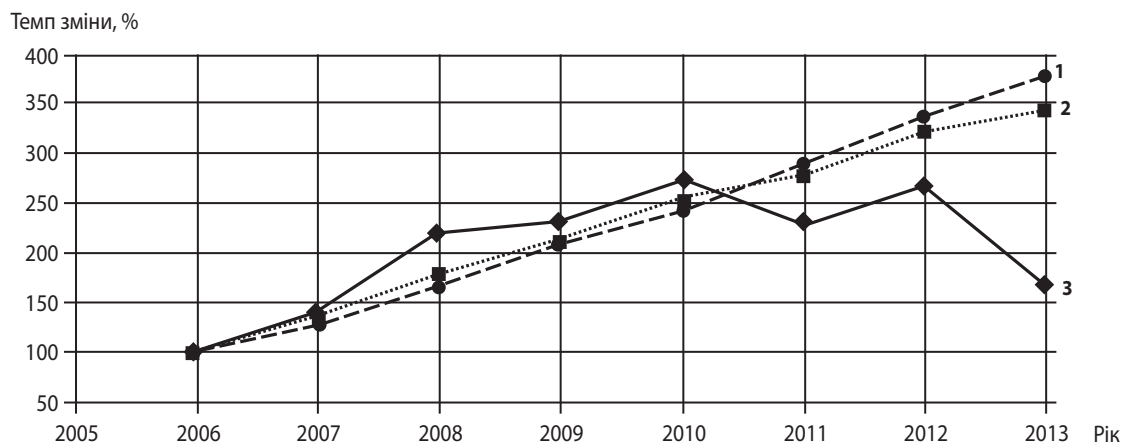


Рис. 14. Динаміка зміни продажів ЛЗ за каналами збуту в Україні у 2006 – 2013 рр.:
 1 – темп зміни обсягів роздрібної аптечної торгівлі ЛЗ; 2 – темп зміни обсягів продажів ЛЗ;
 3 – темп зміни обсягів госпітальних закупівель ЛЗ

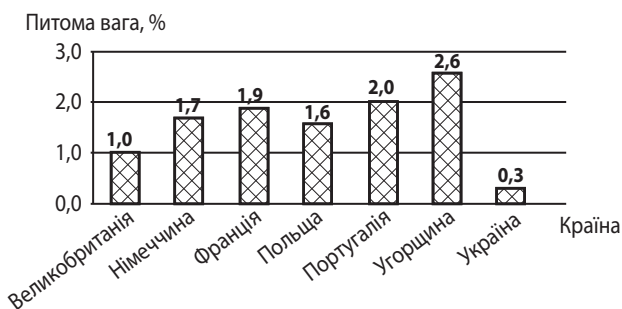


Рис. 15. Питомою вага витраток на ЛЗ у структурі ВВП України та деяких країн-членів ЄС у 2010 р.

Здійснимо оцінку мікросередовища фармацевтичної галузі України. Для цього будемо використовувати ОТ-аналіз (О – можливостей і Т – загроз), який є складовою більш відомого SWOT-аналізу мікросередовища і внутрішнього середовища підприємства (галузі, регіону, країни та ін.).

Методика побудови SWOT-аналізу достатньо повно викладена у роботах К. Фляйшера, Б. Бенсусана, С. Попова, Т. Гайденко та ін. [6; 7; 8].

Даний вид аналізу, як і PEST-аналіз, проводиться з використанням різних форматів (рис. 17).

Основні недоліки та переваги SWOT-аналізу наведені в табл. 7.

Враховуючи недоліки та переваги SWOT-аналізу і практику його застосування, в даному дослідженні для проведення ОТ-аналізу мікросередовища фармацевтичної галузі України буде використовуватися двопільна таблиця [8].

Грунтуючись на дослідженні, яке було проведено вище, ОТ-аналіз мікросередовища фармацевтичної галузі України буде мати такий вигляд (табл. 8).

Як видно з табл. 8, на сьогоднішній день у мікросередовищі фармацевтичної галузі України загрози переважають можливості.

Виходячи з робіт [11 – 15], побудуємо когнітивну карту причинно-наслідкового зв'язку можливостей і загроз мікросередовища фармацевтичної галузі України (рис. 18).

Таблиця 6

Динаміка концентрації продажів ЛЗ в Україні у 2006 – 2013 рр.

Показник	Одиниця виміру	Рік							
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Обсяг ринку у вартісному виразі	млрд грн	9,60	12,52	16,49	20,26	23,89	26,61	31,20	33,09
темп зміни до 2006 р.	%	100	130,4	171,8	211,0	248,9	277,2	325,0	344,7
Показник концентрації продажів (CR3)	%	35,4	41,5	43,7	52,3	56,5	69,5	72,8	78,9
темп зміни до 2006 р.	%	100	117,2	123,4	147,7	159,6	196,3	205,6	222,9

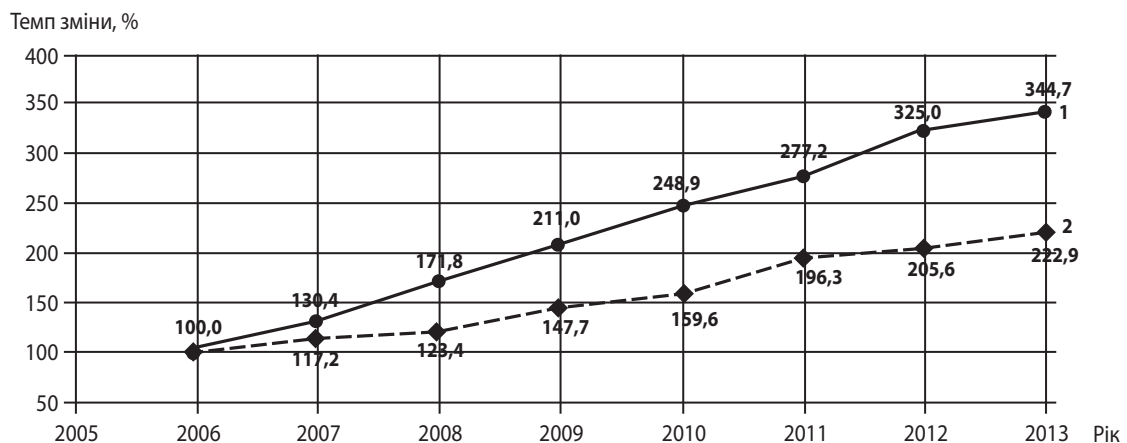


Рис. 16. Динаміка темпів зміни концентрації продажів ЛЗ на ринку України в 2006 – 2013 рр.:

1 – темп зміни обсягів продажів у вартісному виразі; 2 – темп зміни показника концентрації продажів (CR3)

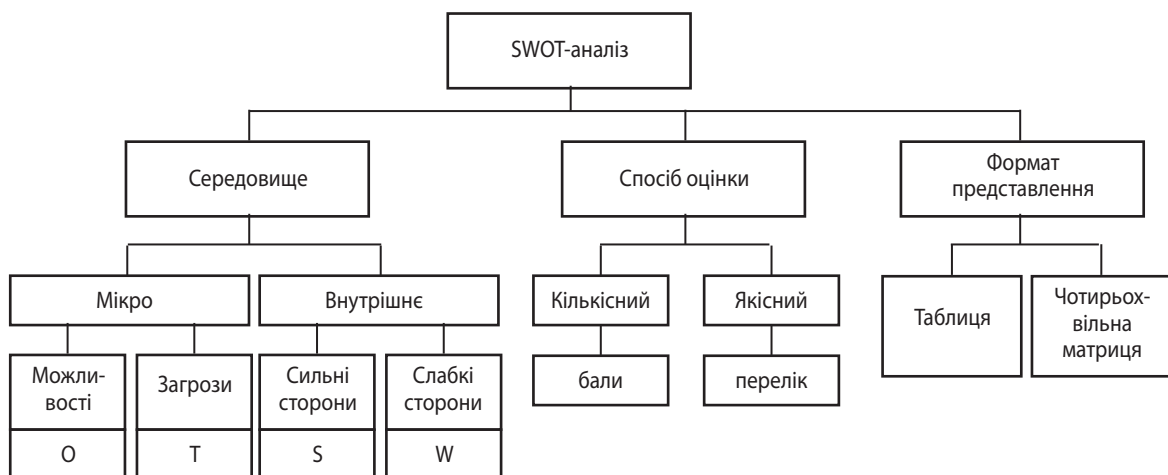


Рис. 17. Класифікація методик представлення SWOT-аналізу

У когнітивній карті застосовуються наступні, раніше не використовувані, позначення: N , N_A , N_{IA} , N_p , N_{BB} – продажі ЛЗ в натуральному виразі, відповідно: загальні, аптекарські, госпітальні, імпортовані, власного виробництва; $Ц_{IA}$, N_{13} – вартість однієї умовної упаковки відповідно аптечних продажів і госпітальних закупівель; D_n – доходи населення; B_{O3} – витрати з бюджету на охорону здоров'я.

Отже, на базі побудованої когнітивної карти можна зробити **висновок**, що найбільші загрози для фармацевтичної галузі України чинять наступні фактори: великі обсяги імпортованих ЛЗ у вартісному виразі на внутрішньому ринку, випереджальне зростання вартості однієї умовної упаковки ЛЗ, скорочення чисельності населення, низькі обсяги госпітальних закупівель ЛЗ.

Таблиця 7

Характеристика переваг та недоліків SWOT-аналізу

Переваги	Недоліки
Універсальність та широка вживаність у різних сферах управління	Не дає чітко сформульованих стратегічних рекомендацій
Достатня простота розуміння	Складність у збиранні та інтерпретації великої кількості інформації
Не потребує особливих фінансових або комп'ютерних засобів	Грунтується скоріш на якісних, ніж на кількісних факторах
Ефективний засіб оцінки основних можливостей, здібностей та ресурсів	Результати аналізу багато в чому залежать від кваліфікації та аналітичних здібностей фахівців, які його роблять
Виявляє причини успіху та невдач	Оцінка можливостей та загроз – це всього лише оцінка з визначенням часток ймовірності
Вільний вибір елементів, що аналізуються, у залежності від поставлених цілей	Складність розподілу майбутнього і теперішнього часу при оцінці факторів зовнішнього і внутрішнього середовища
Може використовуватись як для оперативного контролю діяльності організації, так і для стратегічного планування	

Таблиця 8

OT-аналіз мікросередовища фармацевтичної галузі України

Можливості	Загрози
<i>Ємність ринку</i>	
Високі темпи зростання ємності ринку продажів ЛЗ у вартісному виразі	Невисокі темпи зростання внутрішнього ринку продажів ЛЗ у натуральному виразі
Низький рівень споживання ЛЗ на душу населення	Високі темпи зростання вартості продажів однієї умовної упаковки ЛЗ
	Відносно низька ємність внутрішнього ринку продажів ЛЗ
<i>Пропозиція</i>	
Висока доля реалізації вітчизняних ЛЗ на внутрішньому ринку в натуральному виразі	Висока доля реалізації імпортованих ЛЗ на внутрішньому ринку у вартісному виразі
Значно більш низький рівень цін на вітчизняні ЛЗ у порівнянні з імпортованими	Високі темпи зростання вартості імпортованих і вітчизняних ЛЗ у розрахунку на одну умовну упаковку
	Низька доля реалізації вітчизняних ЛЗ на внутрішньому ринку в вартісному виразі
<i>Попит</i>	
	Незначні обсяги госпітальних закупівель ЛЗ
	Скорочення чисельності населення в Україні
	Випереджальне зростання вартості ЛЗ над доходами населення
<i>Конкуренція</i>	
	Високий рівень продажів на внутрішньому ринку ЛЗ у перших трьох компаній

ЛІТЕРАТУРА

- Портер М. Международная конкуренция / М. Портер; [пер. с англ.]. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
- Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент : навчальний посібник / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К. : УВПК «Ексоб», 2001. – 560 с.
- Коллинс Д. Дж. Корпоративная стратегия. Ресурсный подход / Д. Дж. Коллинс, С. А. Монтгомери; [пер. с англ.]. – М. : Олимп-Бизнес, 2007. – 400 с.
- Томпсон-мл. А. А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2007. – 928 с.
- SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій / За ред. Л. В. Балабанової. – К. : Знання, 2005. – 3102 с.
- Фляйшер К. Стратегический и конкурентный анализ в бизнесе / К. Фляйшер. – М. : БИНОМ; Лаборатория знаний, 2005. – 541 с.
- Попов С. А. Актуальный стратегический менеджмент / С. А. Попов. – М. : Юрайт, 2010. – 448 с.

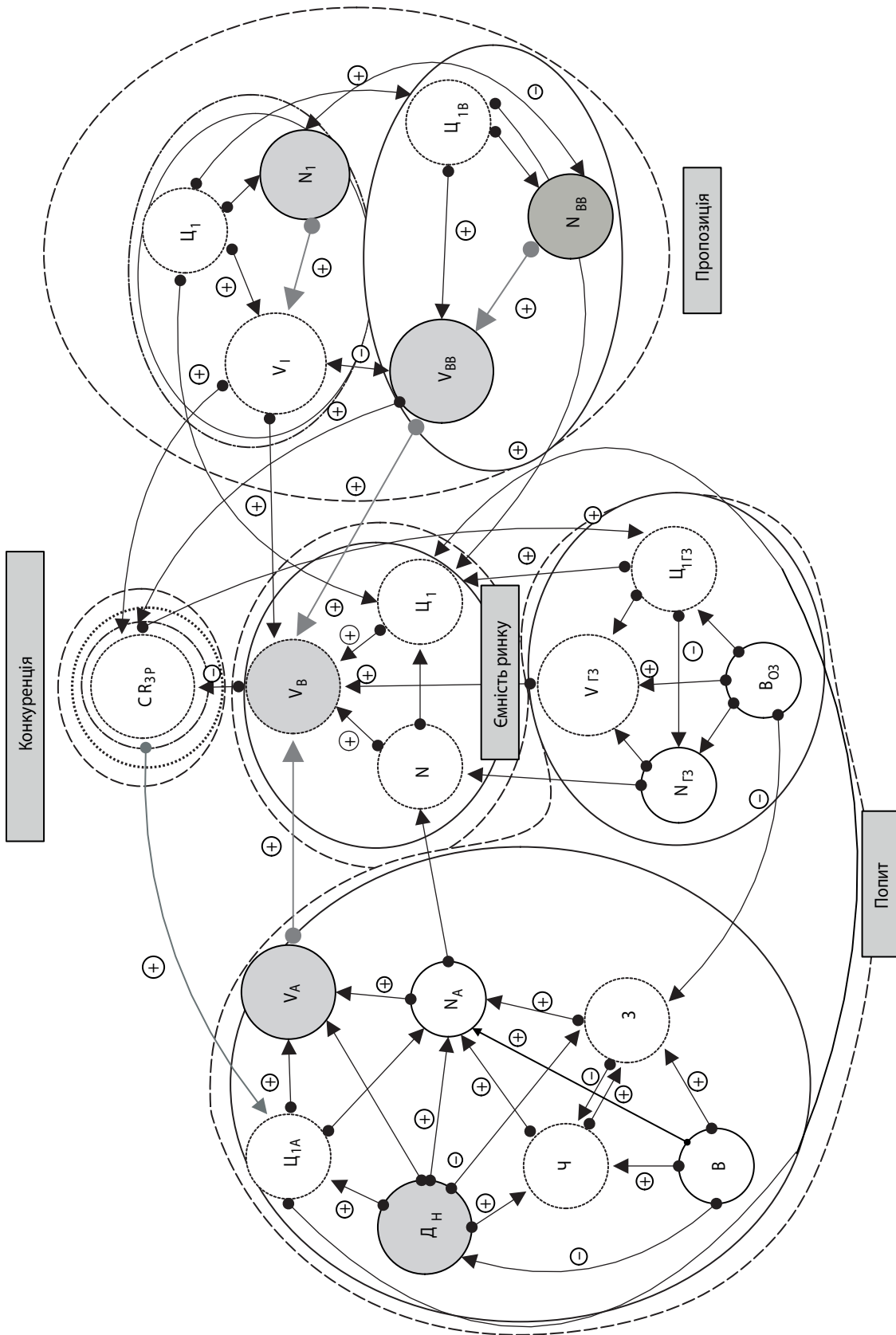


Рис. 18. Когнітивна карта причинно-наслідкового зв'язку можливостей і загроз мікросередовища фармацевтичної галузі України

8. Гайдено Т. А. Маркетинговое управление. Полный курс MBA. Принципы управленческих решений и российская практика / Т. А. Гайдено. – М.: ЭКСМО, 2006. – 480 с.

9. Кизим М. О. Світовий ринок фармацевтики: тенденції розвитку та перспективи розвитку високотехнологічної галузі / М. О. Кизим, О. В. Доровський // Інновації: проблеми науки та практики: монографія. – Х.: ФОП Александрова К. М.; ВД «ІНЖЕК», 2008. – С. 94 – 108.

10. Кизим Н. А. Анализ основных тенденций развития мирового рынка генериков и биоаналогов / Н. А. Кизим, А. В. Доровской // Моделювання регіональної економіки: зб. наук. праць. – 2013. – № 1 (23). – С. 157 – 170.

11. Авдеева З. К. Формирование стратегии развития социально-экономических объектов на основе когнитивных карт / З. К. Авдеева, С. В. Коврига. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co. KG, 2011. – 184 с.

12. Авдеева З. К. Когнитивный подход в управлении / З. К. Авдеева, С. В. Коврига, Д. И. Макаренко, В. И. Максимов // Проблемы управления. – 2007. – № 3. – С. 2 – 8.

13. Shapiro M. J. Cognitive process and foreign policy decision making / M. J. Shapiro, G. M. Bonham // International Studies Quarterly. – 1973. – № 17. – P. 147 – 174.

14. Хаустова В. Е. Развитие когнитологии как научного направления и использование его при решении социально-экономических задач / В. Е. Хаустова, В. А. Зинченко // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2009. – Вип. 2 (7). – С. 218 – 222.

15. Хаустова В. Е. Сущность когнитивного моделирования и особенности его применения в современных исследованиях / В. Е. Хаустова, В. А. Зинченко, Т. А. Мощицкая // Бизнес Информ. – 2009. – № 12 (2). – С. 200 – 203.

REFERENCES

Avdeeva, Z. K., and Kovriga, S. V. Formirovanie strategii razvitiia sotsialno-ekonomicheskikh obektov na osnove kognitivnykh kart [Development strategy for socio-economic facilities on the basis of cognitive maps]. Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co. KG, 2011.

Avdeeva, Z. K. et al. "Kognitivnyy podkhod v upravlenii" [The cognitive approach to management]. Problemy upravleniia, no. 3 (2007): 2-8.

Fliaysher, K. Strategicheskii i konkurentnyy analiz v biznese [Strategic and competitive analysis in business]. Moscow: BINOM; Laboratoriia znaniy, 2005.

Gaydenko, T. A. Marketingovoe upravlenie. Polnyy kurs MBA. Printsipy upravlencheskikh resheniy i rossiyskaia praktika [Marketing management. Full MBA. Principles of management decisions and the Russian practice]. Moscow: EKSMO, 2006.

Kollins, D. Dzh., and Montgomeri, S. A. Korporativnaia strategii. Resursnyy podkhod [Corporate strategy. Resource approach]. Moscow: Olimp-Biznes, 2007.

Kyzym, M. O., and Dorovskiy, O. V. "Svitoviy rynek farmatsii: tendentsii rozvytku ta perspektyvy rozvytku vysokotekhnolohichnoi haluzi" [World Market Pharmacy: trends and prospects for the development of high-tech industry]. In Innovatsii: problemy nauky ta praktyky, 94-108. Kharkiv: FOP Aleksandrova K. M.; INZHEK, 2008.

Kizim, N. A., and Dorovskoi, A. V. "Analiz osnovnykh tendentsiy razvitiia mirovogo rynku generikov i bioanalogov" [Analysis of the main trends of the world market of generic and biosimilars]. Modeliuvannia rehionalnoi ekonomiky, no. 1 (23) (2013): 157-170.

Khaustova, V. Ye., and Zinchenko, V. A. "Razvitiie kognitologii kak nauchnogo napravleniia i ispolzovaniie ego pri reshenii sotsialno-ekonomicheskikh zadach" [The development of cognitive science as a scientific field and its use in solving social and economic problems]. Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky, no. 2 (7) (2009): 218-222.

Khaustova, V. E., Zinchenko, V. A., and Moshchitskaia, T. A. "Sushchnost kognitivnogo modelirovaniia i osobennosti ego primeneniia v sovremennykh issledovaniakh" [The essence of cognitive modeling and especially its use in modern research]. Biznes Inform, no. 12 (2) (2009): 200-203.

Niemtsov, V. D., and Dovhan, L. Ye. Stratehichnyi menedzhment [Strategic Management]. Kyiv: Eksob, 2001.

Porter, M. Mezhdunarodnaia konkurentsia [International competition]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia, 1993.

Popov, S. A. Aktualnyy strategicheskii menedzhment [Actual strategic management]. Moscow: Yurayt, 2010.

Shapiro, M. J., and Bonham, G. M. "Cognitive process and foreign policy decision making" International Studies Quarterly, no. 17 (1973): 147-174.

SWOT-analiz - osnova formuvannia marketynhovykh strategii [SWOT-analysis - Basis of marketing strategies]. Kyiv: Znannia, 2005.

Tompson-ml., A. A., and Striklend, A. Dzh. Strategicheskii menedzhment. Kontseptsii i situatsii dlia analiza [Strategic Management. Concept and situation analysis]. Moscow: Viliams, 2007.