

СУЧАСНИЙ СТАН ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

THE CURRENT STATE OF THE UKRAINIAN PHARMACEUTICAL MARKET

Тетяна ШАБЕЛЬНИК,
кандидат економічних наук,
Донецький національний
університет економіки і торгівлі



Tetyana SHABELNYK,
PhD in Economics,
Donetsk National University
of Economic and Trade

У сучасній світовій економіці виробництво фармацевтичних товарів є однією з перспективних галузей. Протягом декількох останніх років світовий фармацевтичний ринок демонструє стаке зростання. Основними чинниками приросту ринку є збільшення потужності конкуренції серед виробників генеричних препаратів та збільшення обсягів споживання дешевших лікарських засобів. У звіті «IMS Market Prognosis», який компанія «IMS Health» оприлюднила в травні 2012 року, прогнозується середній щорічний приріст світового фармацевтичного ринку на 5-6%. У міру виходу країн з економічної кризи попит на лікарські засоби постійно зростає.

Відповідно до даних 2012 року на світовому фармацевтичному ринку продовжують домінувати три регіони: Північна Америка (257,1 млрд. дол.), Європа (103,8 млрд. дол.), Японія (101,6 млрд. дол.). При цьому основні напрями зростання спостерігаються в так званих країнах БРІК (Бразилія, Росія, Індія, Китай), які займають 13% в обсязі світового ринку лікарських засобів і забезпечують 32% його приросту. Також компанія «IMS Health» класифікувала 17 фармацевтичних ринків, що розвиваються, розділивши їх на три рівні за обсягами реалізації (їхній сукупний обсяг становить 16% світового ринку). До фармацевтичних ринків першого рівня, що розвиваються, відноситься Китай, до другого – Бразилія, Росія та Індія, до третього – Венесуела, Польща, Аргентина, Туреччина, Мексика, В'єтнам, ЮАР, Таїланд, Індонезія, Румунія, Єгипет, Пакистан і Україна [8].

Проблеми розвитку фармацевтичної галузі України висвітлюються в роботах багатьох вчених [1-7]. Але якщо питанням аналізу стану фармацевтичного ринку приділяється достатньо уваги, то класифікація суб'єктів фармацевтичного ринку залишається поза дослідженнями.

Метою статті є аналіз стану сучасного фармацевтичного ринку України для визначення умов сталого розвитку останнього, класифікація, а також визначення типів фармацевтичних підприємств України.

Сучасний фармацевтичний ринок України включає виробництво лікарських засобів, дієтичних добавок, лікувальної косметики та виробів медичного призначення, оптових і роздрібних продажів продукції через аптечні мережі, спеціалізовані продажі та дистрибуцію. Серед ключових економічних характеристик цього ринку можна виділити великий рівень конкуренції при невеликих обсягах продажів та виробництва, велику імпортозалежність, низький рівень маржинальності, відсутність державного фінансування. Україна перебуває в залежності від зарубіжних виробників лікарських субстанцій на 80%, медпрепаратів – на 70% і не забезпечує потреб населення як самостійної держави в лікарських засобах. У 2009-2012 роках на українському фармацевтичному ринку здійснюють реалізацію продукції близько 600 виробників, з них лише 140 – українські підприємства.

Необхідно зазначити, що за підсумками 2009-2012 років спостерігається подальше збільшення обсягів імпорту фармацевтичної продукції в Україну, що пов'язано з відносною стабілізацією валютних курсів та зростанням реальної заробітної плати населення. Серед найбільших компаній, що імпортують в Україну фармацевтичну продукцію, слід назвати ТОВ «БАДМ», ТОВ СП «Оптіма-Фарм» Лтд, ТОВ «Всв-Лтд», ЗАТ «Альба Україна», ТОВ «Санофі-Авентіс Україна» та інші підприємства. Основними іноземними виробниками, продукція яких представлена на українському ринку, є: «Nucomed» (Австрія), «Berlin-Chemie/Menarini Group» (Німеччина),

«KRKA» (Словенія), «Glaxosmithkline» (Великобританія) «Gedeon Richter» (Угорщина) тощо.

Також особливу рисою українського фармацевтичного ринку є те, що він переважно залишається ринком генериків (їх питома вага виробництва на українському ринку досягає 90%).

За даними Державної служби статистики України, витрати на медичні препарати займають у витратах середнього українця 4-5 місце та становлять 8,1% від його доходів [10]. Очевидно, що варто очікувати подальшого значного зростання споживчих витрат на лікарські засоби (ЛЗ) внаслідок таких причин, як старіння населення та погіршення екологічних умов. При цьому вимоги до пропозиції та якості препаратів будуть теж постійно зростати.

Україна займає четверте місце серед країн СНД щодо споживання медикаментів. У порівнянні з Європою український рівень у 48 дол. на душу населення є на порядок нижчим. Так, у Чехії цей показник становить 331 дол., у Словаччині – 254 дол., у Польщі – 154 дол. З огляду на це можна зробити висновок про суттєвий потенціал зростання обсягів українського фармацевтичного ринку. Ще одним важливим чинником зростання ринку в грошовому вимірі є перехід вітчизняних виробників лікарських засобів на виробництво препаратів із середнього у високий ціновий сегмент, тоді як історично вони спеціалізувалися на виробництві продукції, що належить до низького цінового сегменту, на відміну від іноземних компаній.

Сучасний фармацевтичний ринок України вже перевершив за своїм обсягом 3 млрд. грн. за рік. З них не менше 70% припадає на аптечні продажі, причому ринок має сталу тенденцію до зростання – щорічно на 15-20%.

Згідно з даними компанії Моріон [8] за підсумками 2012 року загальний обсяг українського ринку лікарських засобів роздрібною та госпітальною сегментів становив близько 31,8 млрд. дол. за 1,4 млрд. упакувань. Це перевищує даний показник за аналогічний період 2011 року на 19% у грошовому та на 4% в натуральному вираженні. У цьому обсязі роздрібний сегмент становить 89-90%. Обсяг госпітальних закупівель ЛЗ за підсумками 2012 року сягав 4,6 млрд. грн. за 164 млн. упакувань, тобто збільшився на 25,9% у грошовому та зменшився на 4,4% у натуральному вираженні в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року.

За аналізований період питома вага українських виробників ЛЗ сегменту госпітальних закупівель також збільшилася. Так, за підсумками першого півріччя 2012 року питома вага в загальному обсязі цього ринку становила 51% у грошовому та 87% у натуральному вираженні (у 2009 році цей показник становив 47% та 81% відповідно).

Серед основних тенденцій розвитку фармацевтичного ринку України необхідно також виділити збільшення українськими підприємствами обсягів виробництва в цілому. Це спричинено активізацією попиту з боку населення на лікарські засоби українського виробництва як наслідок суттєвого збільшення рекламних та маркетингових витрат підприємств-виробників, пов'язаних із просуванням продукції на ринок.

Також за звітний період поряд зі зростанням обсягів вітчизняного виробництва спостерігається й зростання обсягів збуту у фармацевтичній галузі в грошовому вираженні. Загальний обсяг роздрібних продажів усіх категорій фармацевтичних товарів, що включають лікарські засоби, вироби медичного

У статті проаналізовано сучасний стан фармацевтичного ринку України з метою визначення пріоритетних умов його сталого розвитку, надано класифікацію та визначення типів фармацевтичних підприємств України.

The analysis of current state of Ukrainian pharmaceutical market is conducted in order to determine the priority conditions of its sustainable development. We offered classification and type definition of pharmaceutical enterprises of Ukraine.



Таблиця 1. Рейтинг вітчизняних виробників ЛЗ за обсягом продажів у грошовому еквіваленті за період 2009-2012 років

Виробник	Питома вага продажів, 2009 рік	Питома вага продажів, 2010 рік	Питома вага продажів, 2011 рік	Питома вага продажів, 2012 рік	Питома вага продажів за період 2009-2012 років	Рейтинг
ВАТ «Фармак»	14,49	16,05	15,95	16,01	20,83	1
ЗАТ «Дарниця»	11,56	10,35	9,84	10,32	14,02	2
Корпорація «Артеріум»	10,01	10,01	9,75	9,88	13,22	3
ТОВ ФФ «Здоров'я»	6,55	6,63	6,12	6,08	8,46	4
ЗАТ «Борщагівський ХФЗ»	6,45	5,91	5,5	5,7	7,85	6
ВАТ «Інтерхім»	5,31	5,25	5,77	5,57	7,3	5
ЗАТ «Київський вітамінний завод»	4,41	4,85	4,83	4,53	6,21	7
ТОВ «Юрія-Фарм»	2,61	2,9	3,66	3,06	4,08	8
ЗАТ «Біофарма»	2,58	2,39	2,52	2,42	3,3	9
ТОВ «Фарма Старт»	1,8	2,18	2,72	2,02	2,91	10
ТОВ «Сперко Україна»	2,45	2,01	1,85	1,89	2,73	11
ЗАТ «Лектрави»	2,09	2,03	1,59	1,79	2,5	12
АТ «Лекхім»	1,75	1,9	1,96	1,76	2,46	13
ТОВ «Фітофарм»	1,83	1,68	1,74	1,72	2,32	14
ВАТ «Стирол»	1,9	1,56	1,32	1,22	2	15
ВАТ «Тернопільська фармацевтична фабрика»	1,15	1,5	1,61	1,60	1,95	16
Житомирська фармацевтична фабрика	1,35	1,37	1,41	1,43	1,85	17
ЗАТ «Креома-фарм»	1,36	1,4	1,34	1,35	1,82	18
ТОВ «Червона зірка»	1,44	1,3	1,21	1,24	1,73	19
ТОВ Дослідний завод ГНЦЛС	1,33	1,28	1,31	1,28	1,73	20

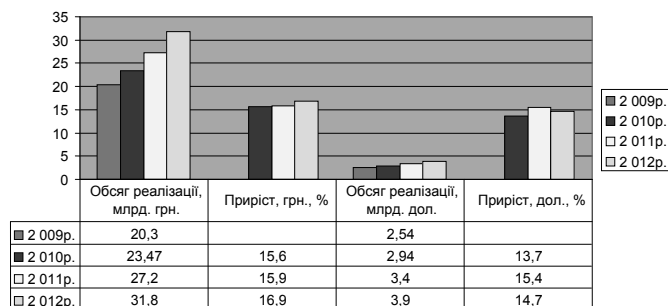
призначення, косметики, БАДи, за даними аналітичної системи дослідження ринку «Pharmxplore» / «Фармстандарт» компанії «Proximaresearch», за період 2009-2012 років має позитивну динаміку (рис. 1). Так, обсяги роздрібних продажів у 2009 дорівнювали 20,3 млрд. грн. У доларовому вираженні цей показник становив 2,54 млрд. дол. У 2010-2012 роках показник обсягів роздрібних продажів у гривневому вираженні дорівнював відповідно 23,47 млрд. грн., 27,2 млрд. грн. та 31,8 млрд. грн., а в доларовому – 2,94 млрд. дол., 3,4 млрд. дол. та 3,9 млрд. дол. Приріст показника обсягів роздрібних продажів «аптечної корзини» у 2010 році в гривневому вираженні становив 15,6%, у 2011 – 15,9%, у 2012 – 16,9%, а в доларовому вираженні – 13,7%, 15,4% та 14,7% відповідно.

У табл. 1 наведено перелік із 20 найменувань найбільш вагомих українських виробників фармацевтичної продукції з рейтингом щодо показника питомої ваги продажів за період 2009-2012 років. Серед лідерів вітчизняних продажів у цьому рейтингу ВАТ «Фармак», ЗАТ «Дарниця», Корпорація «Артеріум», ТОВ ФФ «Здоров'я» та ЗАТ «Борщагівський ХФЗ».

Найбільш фрагментованим сегментом українського фармацевтичного ринку є ринок аптечних продажів. У загальній кількості торговельних точок відповідно до даних 2012 року 20 найбільшим аптечним мережам належить лише 17% ринку (у грошовому вираженні вони займали 32% валового обсягу аптечного виторгу).

Серед лідерів українського аптечного ринку за обсягом роздрібною товарообігу за підсумками 2010-2012 років – «Мед-сервіс груп», «Фармація», «Український аптечний холдинг», «Арніка», «Фармастор». У табл. 2 наведено рейтинг 20 українських аптечних мереж за питомою вагою роздрібною реалізації.

Рис. 1. Динаміка роздрібною реалізації фармацевтичних товарів за період 2009-2012 років



З огляду на викладене можна констатувати, що понад 50% роздрібних продажів покривають підприємства як регіонального, так і національного рівня. Природно, що ці суб'єкти можуть робити значні закупівлі, працювати безпосередньо з виробниками та імпортерами.

Сучасні українські аптечні мережі відрізняються за формами організації позиціонування себе на ринку. Наприклад, мережі аптек, що розвиваються самостійно або як учасник великого холдингу, працюють без бази у вигляді власного виробництва. Такими є «Здравниця» (аптечний холдинг, Донецьк), «Фалбі» (Київ), «Едельвейс» (Львів). Інша група представлена мережею аптек, що перебувають у власності компаній, чий основний бізнес не є аптечним ритейлом. Це, наприклад, аптеки «Будь здоровий» корпорації «Фоззі-Груп», компанія «Квіза-Трейд» (ТМ «Велика Кишеня») розвиває мережу «Велика аптека», ВАТ Маріупольський металургійний комбінат розвиває мережу «Ілліч-Фарм». Також є аптеки, що працюють на безрецептурній основі, аптеки з рецептурним відділом, а також аптечні супермаркети.

Таблиця 2. Рейтинг українських аптечних мереж за питомою вагою обсягів роздрібною реалізації у 2010-2012 роках

Найменування аптечної мережі	Питома вага роздрібною реалізації, %	Рейтинг
ТОВ «Мед-Сервіс груп»	3,21	1
«Фармація»	2,64	2
Український аптечний холдинг	2,45	3
ТОВ «Арніка»	2,23	4
ТОВ «Фармастор»	2,21	5
«Фармація»	1,81	6
ТОВ «Фалбі»	1,78	7
ТОВ «Титан»	1,69	8
ТОВ «Аптека-Магнолія»	1,55	9
ТОВ «Донбас-Фармація-Трейдінг»	1,48	10
Гамма-55	1,44	11
ТОВ «Руан»	1,38	12
ТОВ «Маркет-Сервіс»	1,27	13
Полтавафарм	1,08	14
ТОВ «Аптеки медичної академії»	1,07	15
ТОВ «ФарТоп»	0,97	16
ТОВ «Маркет Універсал»	0,97	17
ТОВ ЗІ	0,95	18
ВАТ «Маріупольський металургійний комбінат», «Ілліч-Фарм»	0,87	19
ТОВ «Суматра-ЛТД»	0,85	20

Таблиця 3. Рейтинг українських дистриб'юторів за обсягами аптечних постачань у грошовому вираженні за період 2009-2012 років

Назва дистриб'юторів	2009	2010	2011	2012
«БАДМ»	1	1	1	1
«Альба Україна»	2	2	3	2
«Оптіма-Фарм»	4	3	2	3
«Фра-М»	5	5	4	4
«Вента»	6	6	5	5
«Фіто-Лек»	9	8	6	6
«Каскад-Медикал»	8	9	7	7
«АВС Логістик Парк»	-	-	8	8
«Фармако»	11	10	9	9
«Медцентр М.Т.К.»	17	15	10	10

Серед дистриб'юторів (за підсумками 2010-2012 років) є трійка лідерів за обсягами постачань лікарських засобів до аптечних установ – «БАДМ», «Оптіма-Фарм» і «Альба Україна» (табл. 3). Рівень консолідації в сегменті дистрибуції традиційно залишається найвищим у порівнянні з іншими сегментами ринку і має тенденцію до подальшого зростання. За підсумками 2012 року 10 лідируючих українських дистриб'юторів сумарно акумулювали 91,7% обсягів постачань лікарських засобів в аптечній мережі у грошовому вираженні.

Ключовими експортними напрямками українських фармацевтичних підприємств є країни пострадянського простору: Росія, Узбекистан, Білорусь, Казахстан, Азербайджан, Молдова, Грузія, Таджикистан. А серед західних – Німеччина і Словаччина. Частка загального обсягу українського експорту готових лікарських засобів серед перелічених країн становить 94% (рис. 2).

Рейтинг українських експортерів готових лікарських засобів очолює компанія «Фармак», друге місце посідає компанія «Артеріум», третє – «Біофарма». За період 2009-2012 років сумарна питома вага українського експорту лікарських засобів збільшилася із 65% до 88%.

Необхідною умовою допуску українських фармацевтичних підприємств на ринки розвинених країн світу є обов'язкова відповідність лікарських засобів правилам GMP (належна виробнича практика). Тому зростання обсягів українського експорту лікарських засобів та конкурування із західними підприємствами як на зарубіжному, так і на вітчизняному ринку є можливим за умов подальшого поширення впровадження GMP-стандартів в Україні.

Слід зауважити, що GMP-стандартизація передбачає не лише модернізацію виробничих потужностей, а й підвищення ефективності системи управління персоналом і системи менеджменту фармацевтичного підприємства [6].

Вартість модернізації одного виробничого майданчика становить 5-40 млн. дол., а одного лікарського засобу – близько 1 млн. дол. Такі капітальні інвестиції на сучасному етапі можуть собі дозволити тільки потужні українські підприємства.

Таким чином, фармацевтичний ринок України є складною, багаторівневою динамічною системою.

На сьогодні в Україні є деяка кількість типів фармацевтичних підприємств, що дає змогу зробити їхню класифікацію та дати визначення:

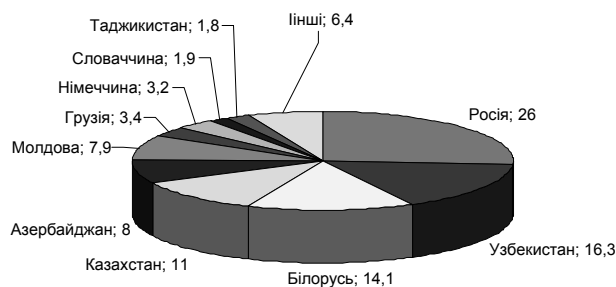
Фармацевтична виробничо-торговельна корпорація – це сукупність двох чи більше юридичних осіб, напрямками діяльності яких є: розробка активних хімічних сполук; виробництво фармацевтичних субстанцій, готових лікарських засобів; їх оптова та роздрібна реалізація за рахунок експорту, власної аптечної мережі та дистрибуції.

Фармацевтичний виробничо-торговельний холдинг – це юридична особа, що має ряд дочірніх підприємств, напрямками діяльності якої є: розробка активних хімічних сполук; виробництво фармацевтичних субстанцій, готових лікарських засобів; їх оптова та роздрібна реалізація за рахунок експорту, власної аптечної мережі та дистрибуції.

Фармацевтичне виробничо-торговельне підприємство – це юридична особа, напрямками діяльності якої є: розробка активних хімічних сполук; виробництво фармацевтичних субстанцій, готових лікарських засобів; їх оптова та роздрібна реалізація за рахунок експорту, власної аптечної мережі та дистрибуції.

Виробничо-фармацевтичне підприємство – це юридична особа, напрямками діяльності якої є: розробка активних хімічних сполук; вироб-

Рис. 2. Структура експорту лікарських засобів України у 2012 році



ництва фармацевтичних субстанцій, готових лікарських засобів; їх оптова реалізація за рахунок експорту та інших аптечних мереж.

Мережа аптек – це юридична особа, що містить сукупність аптек, які займаються роздрібною реалізацією, працюють безпосередньо від медичних організацій або самостійно без бази у вигляді власного виробництва або перебувають у власності компанії, чий основний бізнес не є аптечними продажами. Серед них – мережі супермаркетів.

Аптека – це аптечний магазин, що працює як на безрецептурній основі, так і на рецептурній, при наявності останньої здійснює виготовлення ліків.

Фармацевтичний дистриб'ютор – це юридична особа, що здійснює оптові та роздрібні постачання до аптек та аптечних мереж, має технологію якісного зберігання й транспортування фармацевтичних товарів.

ВИСНОВКИ

Аналіз стану фармацевтичного ринку України дає підстави охарактеризувати його як складну, багаторівневу динамічну систему.

Серед факторів, що стримують його зростання, можна виділити потужну фрагментованість, дисбаланс у зростанні ринку в грошовому та натуральному вираженні, перевищення пропозиції над попитом, недостатність використання ресурсного потенціалу. Але наявність сприятливих умов і ресурсів створюють передумови для формування якісного високорозвиненого, конкурентоспроможного фармацевтичного ринку України.

Так, для сталого розвитку й динамічного зростання українського фармацевтичного ринку важливими умовами стають: консолідація, створення сильніших і більших мереж, підвищення рівня організаційного менеджменту, впровадження нових методів оптимізації процесів управління економічною діяльністю, механізмів управління торговельними процесами фармацевтичних підприємств, стабілізація конкурентних позицій останніх та підвищення рівня інформаційного забезпечення ринку.

Ukrainian pharmaceutical market is a complex, multi-level dynamic system.

Fragmentations, excess of supply over demand, not the use of the resource potential are the factors that constrain growth the Ukrainian pharmaceutical market.

The dynamics growth terms of the Ukrainian pharmaceutical market are consolidation, improving organizational management, introduction of new methods trade processes on Ukrainian pharmaceutical enterprises, improving information security.

ЛІТЕРАТУРА

- Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.ws>.
- Богачева Л. В. Фарміндустрія України: підсумки, проблеми і стратегія розвитку. – К.: РВПС України НАН України. – 2006. – 243 с.
- Посилкіна О. В., Сагайдак Р. В., Громовик Б. П. Фармацевтична логістика: монографія / за ред. О. В. Посилкіної. – Харків: В-во НФаУ; Золоті сторінки, 2004. – 320 с.
- Фармацевтичний маркетинг: навч. посібник; зб. вправ / Б. П. Громовик, Г. Д. Гасюк, Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай – Львів: Наутилус, 2000. – 320 с.
- Хвещук П. Ф. Маркетинг фармацевтичних організацій / П. Ф. Хвещук. – СПб.: Питер, 2004. – 322 с.
- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.rada.gov.ua>
- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pharmstandard.com.ua/>
- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imshealth.com>
- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua>
- [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- Закон України «Про лікарські засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>