

Dulska I.V.

Candidate of economic sciences, senior researcher at the State Institution «Institute of Economics and Forecasting» National Academy of Sciences of Ukraine

NATIONAL ECONOMY DIGITALIZATION PRIORITIES

The paper reviewed trends of use of digital technology (digitalization) social production in Ukraine in order to improve its efficiency and competitiveness. A review of successful experience in the application, highlight problems of implementation in some sectors of the national economy.

Keywords: digitalization, digital technology, information and communication technologies, public production sector of the economy, e-business, e-commerce, payment systems, fiscal control.

Кий В.М.

асистент ФММ НТУУ «КПІ»

Чикина А.Г.

студентка ХТФ НТУУ «КПІ»

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК УКРАИНЫ: СОСТОЯНИЕ НА ДАННЫЙ МОМЕНТ И ТЕНДЕНЦИИ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ

В данной статье рассмотрено состояние фармацевтического рынка Украины в настоящее время, определены основные тенденции развития рынка, а так же сдерживающие его факторы. Обозначены некоторые проблемы функционирования и развития фармацевтической отрасли, влияющие на показатели украинского рынка: динамика темпов роста, производство и потребление фармацевтической продукции, изменение длительности цикла разработки лекарственных препаратов и др.

Ключевые слова: фармацевтический рынок, экономика Украины, тенденции развития, темпы роста.

Постановка проблемы. Фармацевтическая отрасль является одной из самых развивающихся, для такого рынка свойственен большой спрос и предложение, многочисленность брендов, не говоря уже о рынке сбыта, в который входят без исключения все граждане страны. Вопросы, связанные со становлением и развитием фармацевтического рынка в Украине, касаются не только представителей фармкомпаний, фармацевтов и провизоров, но и медиков. От гармоничности, стабильности, цивилизованности фармацевтического рынка зависит очень многое в медицине и обществе в целом.

На сегодня состояние фармацевтического рынка и структура взаимоотношений его основных участников в нашей стране оставляют желать лучшего. Это неблагоприятно отображается как на экономике, так и на здравоохранении.

Целью данной **статья** является анализ основных особенностей и тенденций функционирования украинского рынка фармации, а также выявление направлений его развития.

Изложение основного материала. Фармацевтический рынок Украины образовался в начале 90-х гг. XX в. История его формирования условно делится аналитиками на 4 этапа. На первом этапе (1990 – 1995 гг.) на рынке наблюдался острый дефицит лекарственных средств (ЛС) отечественного производства при отсутствии государственной поддержки отрасли и возможности получения кредитов, что привело в середине 90-х гг. к вытеснению отечественных производителей. На втором этапе (1995 – 1998 гг.) началось постепенное первичное насыщение рынка, прервавшееся в результате финансового кризиса 1998 г. Продажи импортеров сократились на 40 %, а отечественных производителей – на 5 % (переключение потребителей на низкостоймостной сектор препаратов позволило удержаться отечественным производителям). На третьем этапе началось постепенное структурирование и насыщение рынка. Кроме жизненно 72 Проблеми економіки № 3, 2014 Економіка та управління національним господарством необходимых, появлялись препараты средне- и высокостоймостной ниш, отечественные заводы наращивали выпуск генериков. Рынок становился все более привлекательным в силу высоких темпов роста. Перед финансово-экономическим кризисом 2008 г. третий этап развития сменился четвертым. Он характеризовался повышенным интересом к украинским фармацевтическим компаниям со стороны иностранных инвесторов, однако многим сделкам не удалось осуществиться. Тем не менее, украинская фармацевтика пострадала менее других отраслей. Рынок вырос на 27 % в гривне, в долларах сократился на 15 %, а в упаковках – на 6 %.

Ключевыми характеристиками украинского фармацевтического рынка на сегодня являются: низкий уровень подушного потребления лекарственных средств, высокий уровень конкуренции при небольшом объеме рынка, неминуемое снижение темпов роста рынка, неблагоприятное соотношение values vs. volumes (стоимости и объемов сделок), невысокая доля инновационных препаратов, низкая маржинальность бизнеса, а также отсутствие государственного финансирования этого рынка. Это обозначает, с одной стороны, явно недостаточное и неадекватное развитие рынка, с другой – наличие больших потенциалов для возможного его роста и совершенствования. Таким образом, это делает отечественный фармацевтический рынок потенциально привлекательным, но при условии, что в ближайшее время будут определены основные направления его развития, что даст

возможность компаниям и инвесторам судить о своих перспективах на этом рынке и прогнозировать свою деятельность.

В настоящее время затраты на разработку одного лекарственного препарата превышают 1,38 млрд дол. США в сравнении с 138 млн дол. США в 1975 г. При этом на разработку и клинические испытания лекарственного средства или вакцины уходит 10 – 15 лет. Увеличение расходов вызвано потребностью в более безопасных лекарствах, повышении качества терапии и уменьшении побочных действий для пациентов. По сравнению с другими отраслями на исследования и разработки в фармацевтической отрасли приходилась большая часть инвестиций даже во время экономического и финансового кризиса. Так, ежегодные отчисления на R&D в фармацевтической отрасли (120 млрд дол. США) в 5 раз превышают аналогичные инвестиции в аэрокосмической и оборонной промышленности, в 3,75 раза – в химической промышленности и в 2,5 раза – в компьютерной отрасли.

В настоящее время уже сформировались основные кластеры рынка: отечественные компании-производители («Дарница», «Артериум», «Фармак» и др.), хорошо представлены восточно-европейские компании (KRKA, Gedeon Richter, Berlin-Chemie), новые генерические компании (Actavis, Zentiva, TEVA, ratiopharm, SANDOZ), инновационные компании (Novartis, Pfizer, Astra Zeneca) и ряд так называемых нишевых компаний (Mili Healthcare, Bittner, Heel etc).

За последние три года большинство кластеров пережили более или менее значительный рост (наиболее выраженный у новых генерических компаний), и прогнозируется, что эта тенденция будет сохраняться в ближайшие годы. Исключениями являются нишевые компании, для которых отмечается небольшой регресс, и инновационные, в кластере которых не произошло существенных изменений с 2004 г.

Основными способствующими факторами для отечественных компаний являются относительно низкие цены, «позитивные» ожидания целевых групп, иногда оправдывающиеся надежды на государственные преференции. Но, в свою очередь, темпы развития отечественных компаний могут ухудшить следующие немаловажные факторы: существующие мифы и установки относительно качества отечественной продукции (нередко недоверие к ней со стороны потребителя), недостаточный опыт в системе продвижения (за счет чего отечественные компании проигрывают перед гигантами мирового рынка), отсутствие должной доказательной базы – масштабных многоцентровых исследований с высокодостоверными положительными результатами (это снижает объективную ценность продукции отечественных компаний с точки зрения современной медицины).

Инновационные компании имеют большой потенциал в связи с тем, что они способствуют развитию новых подходов к лечению и могут предоставить широкую доказательную базу, подтверждающую качество, эффективность и безопасность их продуктов. В связи с этим

инновационная продукция идет в ногу со временем, пользуется высоким вниманием как наиболее прогрессивная часть фармакотерапии. Неблагоприятные тенденции в развитии кластера инновационных компаний могут обуславливаться высокими ценами (закономерно связанных со значительными капиталовложениями в разработку, исследование и продвижение инновационных продуктов) и определенным давлением со стороны генерических компаний.

Новые генерические компании положительно отличают гибкое ценообразование, оперативное формирование в зависимости от ситуации на рынке «правильного» портфеля продукции, то есть наиболее востребованного в конкретных условиях. Иногда генерические компании, выводящие свои продукты на рынок страны раньше брендовых, играют роль инновационных компаний, впервые знакомя медицинское сообщество страны с принципиально новым подходом к лечению, что также способствует продвижению ряда генериков на рынке. Однако существуют и препятствующие факторы для этого кластера: фокусировка на локальных рынках, необходимость брендинга и продвижения. Таким образом, для любого кластера имеются свои способствующие и препятствующие факторы, и развитие каждого из них зависит от умелого использования первых и наиболее эффективной борьбы со вторыми.

К ключевым факторам успеха фармацевтической компании на рынке относятся прежде всего внешнее финансирование и эффективность операций субъектов рынка.

Финансирование рынка является одним из важнейших вопросов, определяющих его устойчивость и перспективы развития. Источником финансирования может быть в первую очередь кошелек конечного потребителя, но при этом чрезвычайно важно учитывать предел эластичности покупательской способности и собственно экономическую ситуацию в стране. Другой немаловажный источник финансирования – это инвестиции, прежде всего инфраструктурные. Здесь основными инструментами выступают reimbursement (государственное финансирование), механизм co-payment (участие пациента в оплате лечения), добровольное медицинское страхование. Не следует забывать и о грамотном оперировании фармакоэкономическими подходами.

Государственная служба Украины по лекарственным средствам намерена отменить перерегистрацию лекарственных средств. Соответствующий законопроект уже разработан Гослекслужбой и направлен на рассмотрение в Министерство здравоохранения Украины. Документом предполагается отменить обязательную перерегистрацию производителей лекарственных средств, реализующих свою продукцию на территории Украины. В Гослекслужбе уверены, что принятие закона обеспечит непрерывный доступ пациентов к медикаментам. В частности, это не допустит прерывания схем лечения и позволит избежать рисков, связанных со сменой лекарственного средства. Так как в процессе перерегистрации производитель препарата мог лишиться лицензии, и

пациентам необходимо было назначать другое лекарство, что могло быть чревато для больного, сообщают специалисты.

Также разработчики отмечают, что данный закон, в случае его принятия, станет следующим шагом Украины по гармонизации национального законодательства с европейскими нормами в сфере процедур регистрации лекарственных средств, касательно сроков действия регистрационного удостоверения на лекарственное средство. Это также положительно повлияет на фармацевтический бизнес в Украине. В частности, отмена обязательной перерегистрации уменьшит регуляторную нагрузку на производителей лекарственных средств. По словам разработчиков, создание документа стало возможным, благодаря системным действиям правительства по изменению национального законодательства Украины в сфере здравоохранения, и в частности активным действиям, направленным на приведение его в соответствие с международными нормами.

Эксперты уверены, что новый закон значительно упростит деятельность производителей лекарственных средств в Украине. Так, на сегодняшний день в стране зарегистрировано 13 021 лекарственное средство. Из них 3695 – украинских производителей, 9326 – зарубежных. Стоит учесть, что регистрация каждого лекарственного средства проходит отдельно, что создает большое количество бюрократических процедур в процессе перерегистрации, и нагружает как производителя, так и контролирующий орган.

Выводы. Рынок фармацевтической продукции является одним из стратегических секторов для экономики и социального развития любой страны мира. Высокая наукоемкость, применение передовых технологий в данной отрасли оказывают значительный мультипликативный эффект на химическое производство, сельское хозяйство, машиностроение, научную деятельность. Кроме этого, высокий уровень развития фармацевтической промышленности страны влияет на обеспеченность населения лекарственными средствами, качество медицинского обслуживания. Но достижение высокого уровня развития рынка фармацевтической продукции возможно только при наличии спроса на выпускаемые лекарства, который напрямую зависит от тенденций развития мирового рынка. Эффективность операций фармацевтических компаний как субъектов рынка обуславливается следующими составляющими: знанием и рациональным использованием подходов менеджмента и маркетинга, продуктивностью деятельности медицинских представителей (важного промежуточного звена между собственно компанией и конечным потребителем ее продукции) и особенностями контакта с конечным потребителем. Эффективность используемых маркетинговых инструментов зависит от масштабности инвестиций (с учетом их возврата, то есть рентабельности бизнеса), сегментирования, позиционирования, таргетирования, наличия уникальных торговых предложений. Эффективность деятельности медицинских представителей определяется

качеством работы, правильным сегментированием внутри целевых групп, вниманием к региональному развитию. Наконец, большое значение имеет совершенствование контактов с целевыми аудиториями: выход на конечного потребителя продукции – пациента – может осуществляться как непосредственно, так и посредством врачей широкого профиля (терапевтов и семейных врачей) и/или более узких специалистов (кардиологов, гастроэнтерологов и т. д.).

Список використаних джерел

1. Глумсков, В. Мировой фармацевтический рынок: состояние и тенденции / В. Глумсков // Рецепт. – 2007. – № 4 (54). – С. 9–12.
2. Фармацевтическая промышленность и глобальное здравоохранение: факты и цифры. – М.: Ассоциация междунар. фарм. производителей, 2012. – 196 с.
3. Фармацевтический рынок Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://medpharmconnect.com/Ukrainian_market/Ukrainian_Pharmaceutical_Market.htm
4. Живодерников Е. Фармацевтический рынок Украины. Динамика последних лет и итоги 2008 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://smd.net.ua/files/10_farmrinok.pdf
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://export.by/?act=s_docs&mode=view&id=26256&type...64
6. Фармрынок Украины. ПереФАРМА тирование – 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/213957>

Кий В.Л.

ассистент ФММ НТУУ «КПИ»

Чикина А.Г.

студентка ХТФ НТУУ «КПИ»

ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТАН НА ДАНИЙ МОМЕНТ І ТЕНДЕНЦІЇ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ

У даній статті розглянуто стан фармацевтичного ринку України в даний час, визначено основні тенденції розвитку ринку, а так само стримують його чинники. Позначені деякі проблеми функціонування і розвитку фармацевтичної галузі, що впливають на показники українського ринку: динаміка темпів зростання, виробництво і споживання фармацевтичної продукції, зміна тривалості циклу розробки лікарських препаратів та ін.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, економіка України, тенденції розвитку, темпи зростання.

Kiy V.L.
NTUU «KPI»

Chikina A.
student HTF NTUU «KPI»

PHARMACEUTICAL MARKET IN UKRAINE: THE STATE AT THE MOMENT AND THE TRENDS OF FURTHER DEVELOPMENT

This article examines the state of the pharmaceutical market of Ukraine at the moment, to identify the main trends in the market, as well as retaining its factors. Highlights some of the problems of functioning and development of the pharmaceutical industry, affecting the performance of the Ukrainian market: the dynamics of growth, production and consumption of pharmaceutical products, changing the length of the development cycle of drugs and others.

Keywords: pharmaceutical market, the economy of Ukraine, development trends, the growth rate.

Марченко В.М.

проф., док. економ. наук, НТУУ «КПІ»

Кирикович К.В.

студентка ФММ НТУУ «КПІ»

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГУРТОВО-РОЗДРІБНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

У статті досліджено основні наукові підходи до управління підприємствами оптово-роздрібною торгівлі. Ідентифіковано типи управління підприємствами.

Виявлено, що на підприємствах оптово-роздрібною торгівлі можливе використання наступних типів управління: управління поведінкою; соціальне управління; управління за результатами; управління за центрами відповідальності. Дані типи управління в найбільшій мірі відповідають задачам та меті діяльності підприємств.

Кожний із типів управління спрямований на реалізацію мети управління відповідною підсистемою підприємства оптово-роздрібною торгівлі. Так, управління поведінкою – це система інструментів впливу на персонал підприємства, соціальне управління – це управління з метою побудови корпоративної культури на підприємстві, управління за результатами – управління підприємством як цілісним об'єктом, управління за центрами відповідальності – це система управління структурними підрозділами підприємства.

Виявлено основні ознаки кожного із існуючих типів управління та показники оцінювання їх ефективності.