

ОБҐРУНТУВАННЯ СПЕЦИФІКИ ВХОДЖЕННЯ В РИНОК ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ТА АПТЕЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

ВАСЮТА О. П.

здобувач

Харків

Формування фармацевтичного ринку в Україні характеризується відносно стабільно високими темпами зростання виробництва та реалізації, незважаючи на значний рівень конкуренції, постійні зміни в нормативно-правовому регулюванні ринку, негативний вплив факторів економічного та політичного середовища, відсутність необхідних реформ у системі охорони здоров'я, системних інвестиційних програм і таке інше. У значній мірі це пов'язано зі специфікою лікарських препаратів як товарів з особливим попитом, який зростає незалежно від негативних факторів зовнішнього середовища.

Фармацевтичний ринок України характеризується великою кількістю учасників: вітчизняні та іноземні виробники, посередники (оптові фармацевтичні фірми, аптечні склади (бази)) та аптечні підприємства, що свідчить про його насиченість та специфіку формування на кожному з нагаданих рівней. Незважаючи на глобальну економічну кризу, ринок має тенденції до зростання: згідно з дослідженнями ринку «Фармстандарт»/ PharmXplorer компанії «Proxima Research» середній темп приросту обсягів реалізації на вітчизняному фармацевтичному ринку у гривньовому еквіваленті за 2007–2010 рр. склав близько 24% та у 2010 р. обсяг фармацевтичного ринку України має наступні показники: 23,24 млрд грн у вартісному еквіваленті та 1,38 млрд уп. – у натуральному. Згідно оптимістичному прогнозу на найближчі 3 роки середні темпи приросту можуть скласти близько 18%, що свідчить про перспективність розвитку фармацевтичного ринку в Україні і доцільність його дослідження. Вивченням основних показників, що характеризують бар'єри входження в ринок займалися вітчизняні і зарубіжні учені, зокрема Чирков В. Г., Азоев Г. Л., Стиглер Дж., Смолін І. В., Шерер Ф. М., Росс Д. та інш., проте фармацевтичний ринок тільки знаходиться на стадії комплексного дослідження.

Метою нашої роботи став аналіз розвитку фармацевтичного ринку України з урахуванням специфіки входних бар'єрів, рівня його концентрації та монополізації. У роботі нами використовувався статистичний метод аналізу та структурно-функціональний аналіз (вивчення аналітичних інформаційно-рекламних матеріалів, аналіз даних маркетингових компаній щодо кількісних показників розвитку фармацевтичного ринку України).

Для визначення рівня концентрації ринку використовуються декілька показників, серед них: індекс концентрації, показники дисперсії і коефіцієнт варіації, індекс Герфіндала–Гіршмана.

Індекс концентрації розраховується за формулою (1), чим більше його значення, тим далі ринок від досконалої конкуренції:

$$I = \sum_{i=1}^K A_i, \quad (1)$$

де I – індекс концентрації; K – кількість обраних великих фірм; A_i – частки реалізації i -ї фірми з числа обраних. Даний показник є відносним: наприклад, у Великобританії монополізованим є ринок з показником концентрації не менше 25%, а в Росії – 35%.

Розподіл ринку між його учасниками також виражається показником дисперсії і відносним показником – коефіцієнтом варіації (2), (3).

$$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(x_i - \bar{x})^2}{n}, \quad (2)$$

де σ^2 – дисперсія, x_i – частка i -го учасника ринку, \bar{x} – середня частка учасника ринку, n – кількість учасників.

$$v = \frac{\sigma}{\bar{x}}, \quad (3)$$

де v – коефіцієнт варіації; σ – середнє квадратичне відхилення. Високий показник дисперсії, як правило, вказує на значну концентрацію ринку. Проте найчастіше даний показник використовується як допоміжний інструмент, який допомагає оцінити відмінності в розмірах фірм як чинник концентрації ринку, тому в нашій роботі ми його використовувати не будемо.

Найбільш точним методом, який також характеризується простотою обчислення, є розрахунок індексу Герфіндала–Гіршмана (IXX) (4) – сума квадратів ринкової частки фірм, що діють на ринку:

$$IXX = \sum_{i=1}^n r_i^2, \quad (4)$$

де r – ринкова частка i -ї фірми в товарному сегменті ринку, %;

n – загальна кількість фірм на ринку.

Індекс може набувати значень від 0 (повна децентралізація виробництва) до 10 000 (абсолютна монополія). Визначено, що при значенні індексу 1000 і менше ринок є немонаполізованим (нормальним для конкуренції), а 1800 і більше – монополізованим (неконкурентним). Безпечний рівень конкуренції: на ринку діють 10 і більше фірм; одна фірма не займає більше 31% ринку; дві фірми не займають більше 44% ринку; три фірми не займають більше 54% ринку; чотири фірми не займають більше 63% ринку.

Згідно моніторингу фармацевтичних виробників виявлено, що в топ-10 лідерів продажів входять як іноземні, так і вітчизняні підприємства, склад яких практично не змінювався за останніх 5 років (рис. 1).

Індекс концентрації за цей час склав близько 30%, згідно якому, ринок виробників лікарських засобів, що реалізуються на ринку України, є помірно монополізованим. Проте це наближена оцінка, яка дає загальне уявлення про рівень концентрації ринку.

Для отримання точніших даних слід розрахувати індекс Герфіндала–Гіршмана, згідно з розрахунками, да-

ний показник на ринку фармвиробників склав 101,67, що свідчить про те, що ринок є немонополізованим. Проте той факт, що склад топ-10 не змінювався за останні роки, крім того, ринок характеризується величезними капіталовкладеннями, обмеженнями адміністративного характеру, стабільно високим попитом на лікарські препарати свідчить про те, що бар'єри входження в ринок дуже високі, не дивлячись на невисокий ступінь монополізації ринку згідно індексу Герфіндаля-Гіршмана. Крім того, в даній роботі представлений загальний аналіз топ-10 лідерів серед виробників лікарських засобів без урахування їх особливостей (виробники інноваційних лікарських препаратів, виробники генериків, виробники медичного устаткування, препаратів для ветеринарії і таке інше). На кожному з представлених сегментів буде свій розподіл ринкових часток, ступінь концентрації і монополізації.

Наступним етапом нашого дослідження став аналіз ринку посередників, які функціонують на фармацевтичному ринку України. Специфіка ринку полягає в тому, що фармацевтичні оптові фірми грають важливу збутову і маркетингову роль у забезпеченні аптек, а зрештою, і споживачів лікарськими препаратами і іншими товарами аптечного асортименту (вироби

медичного призначення, парафармацевтичні товари: дієтичні добавки, дитяче харчування, товари особистої гігієни, лікувальна косметика і таке інше). Особливості ринку полягають в тому, що фармвиробникам не вигідно мати справи безпосередньо з аптеками через невисокі обсяги реалізації товарів, що сприяє у них формуванню фінансових і організаційних витрат, а аптекам, у свою чергу, не вигідно займатися самовивезенням крупних партій товарів у фармвиробників, які можуть знаходитися на значному географічному віддаленні.

Все це свідчить про доцільність вивчення ринку оптових фармацевтичних фірм, необхідність в яких в Україні була і залишається стабільно високою. Згідно даним компанії «Proxima Research» на ринку України за обсягами продажів до топ-10 увійшли найбільші оптові фармацевтичні фірми, більшість з яких є дистриб'юторами фармацевтичних компаній-імпортерів (рис. 2).

За наслідками аналізу виявлено, що чотири підприємства з представлених (БАДМ, Оптіма-фарм, Альба Україна, ВВС-ЛТД) займають 72% ринку. Це свідчить про високий ступінь концентрації ринку. Згідно індексу Герфіндаля-Гіршмана показник монополізації ринку склав 1467,5, що свідчить про те, що ринок в принципі є

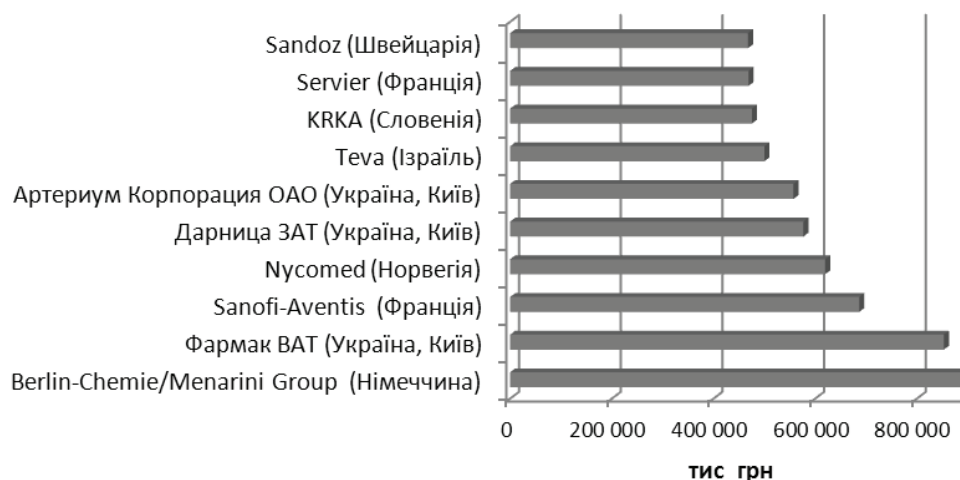


Рис. 1. Обсяги роздрібною реалізації лікарських препаратів фармацевтичними виробниками на ринку України за 2010 р.

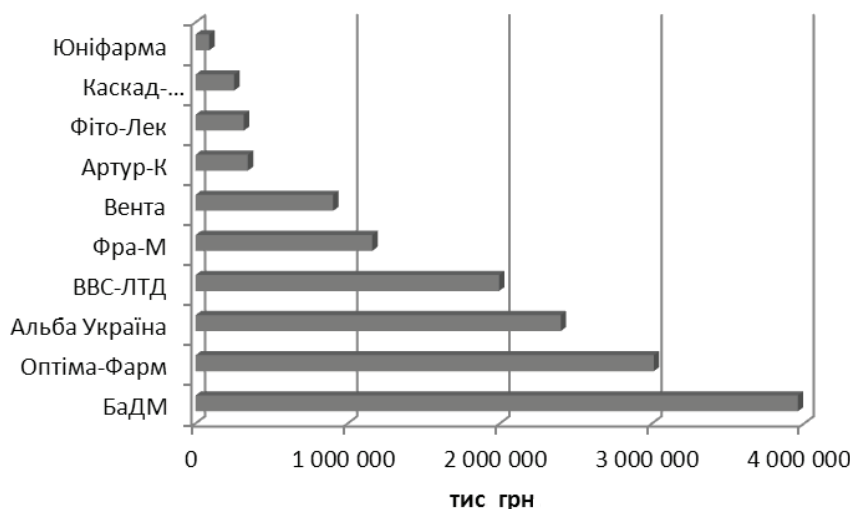


Рис. 2. Обсяги роздрібною реалізації лікарських препаратів фармацевтичними оптовими фірмами на ринку України за 2010 р.

конкурентним. Проте дві фірми займають близько 44% ринку, три – майже 60%, а чотири – 72%, свідчить про небезпечний рівень конкуренції і, як наслідок, вплив даного чинника на рівень вхідних бар'єрів на ринок.

На відміну від ринку фармвиробників лікарських препаратів, на ринку оптових фірм рівень капіталовкладень не настільки високий, особливо для невеликих фірм, адміністративні і нормативно-правові обмеження менше у порівнянні з ринком фармвиробників, оскільки даний вид бізнесу не передбачає виробництво товарів, а тільки їх закупівлю, зберігання і реалізацію. Проте на даному ринку велике значення мають нормативно-правові ризики (регулювання рівня граничної торгової націнки), що знижує його привабливість для нових гравців. Таким чином, слід зробити висновок, що ринок фармацевтичних оптових фірм в Україні достатньо концентрований, основну частку ринку займають чотири крупні фірми, що свідчить про олигополістичний тип ринку і досить високий рівень вхідних бар'єрів.

Наступний об'єкт нашого аналізу – аптечний ринок України. На даний час в Україні налічується 21736 аптечних закладів, з яких 55, 5% – аптек, 24% – аптечних пунктів, 20, 5% – аптечних кіосків. Для ринку України характерна наявність крупних аптечних мереж, багато з яких формувалися з комунальних аптек. Найбільші частки ринку, згідно з результатами дослідження компанії «Proxima Research», займають аптечні мережі, які розташовані в Луганську, Києві, Дніпропетровську, Донецьку, Харкові (рис. 3).

Згідно з результатами аналізу, загальна частка топ-10 лідерів продажів аптечного ринку України складає близько 15%, що свідчить про низький ступінь концентрації і монополізації ринку, що й характерно для роздрібною реалізації товарів. Індекс Герфіндаля-Гіршмана склав 24,8, що свідчить про те, що в масштабах країни аптечний ринок є ринком вільної конкуренції. Проте для більш точної оцінки необхідно провести аналіз аптечного ринку за регіонами України, де ступінь монополізації в крупних обласних центрах матиме вище значення. Проте низький ступінь монополізації ринку, невеликі,

порівняно з фармвиробниками і фармацевтичними оптовими фірмами, капіталні вкладення і рентабельність, більш спрощена схема отримання дозвільних документів на відкриття аптечного підприємства, свідчить про невеликі бар'єри входження в ринок.

Для аптечних підприємств в умовах жорсткої конкуренції необхідно не тільки увійти до ринку, але й утриматися на ньому завдяки формуванню програм лояльності клієнтів і залученню нових клієнтів. Невисокі бар'єри входження в ринок вимагають дотримання високих соціальних стандартів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, у тому числі і в довгостроковій перспективі.

Таким чином, слід зробити висновки, що фармацевтичний ринок України є складним багатофункціональним організмом, для кожного його рівня характерна своя специфіка входження і утримання на ринку. Ринок фармвиробників є сталим, основні частки займають крупні зарубіжні і вітчизняні підприємства, бар'єри входження в ринок високі, що обумовлене, в основному, значними капіталовкладеннями і специфікою виробництва лікарських препаратів. Ринок посередників також є монополізованим, особливо крупнооптових, проте бар'єри входження в ринок менш високі, оскільки специфіка їх бізнесу в значній мірі відрізняється від специфіки бізнесу виробників лікарських засобів. Найменш монополізованим є аптечний ринок України, бар'єри входження невисокі, основним завданням керівництва аптек є утримання на ринку і постійне підвищення конкурентоспроможності. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Чирков В. Обоснование вхождения в рынок // Вестник антимонопольного комитет Украины. – 2005. – №1. – С. 10–13.
2. Чирков В. Обоснование вхождения в рынок // Вестник антимонопольного комитет Украины. – 2004. – №6. – С. 22–29.
3. Чирков В. Показатели концентрации рынка // Вестник антимонопольного комитет Украины. – 2004. – №1. – С. 18–23.

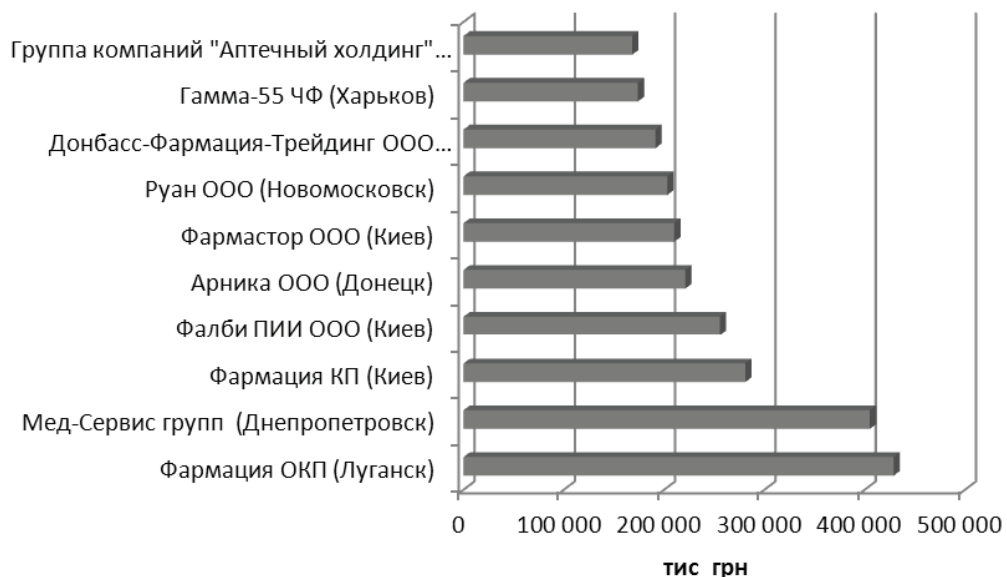


Рис. 3. Обсяги роздрібною реалізації лікарських препаратів аптечними мережами на ринку України за 9 міс. 2010 р.