

УДК 339.138 : 339.33 : 614.27

СТРАТЕГІЯ ПОВЕДІНКИ ОПТОВИХ ТОРГОВЦІВ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

М.В.Чешева, І.А.Кацара

Національна фармацевтична академія України

Досвід провідних компаній промислово розвинених країн показує, що сьогодні для успіху на ринку уміння правильно будувати систему розподілу і збуту має провідне значення. Тому метою дослідження стала розробка рекомендацій з оптимізації маркетингової стратегії оптових торговців. Для цього використовували методи: статистичний, безпосереднього вивчення і спостереження.

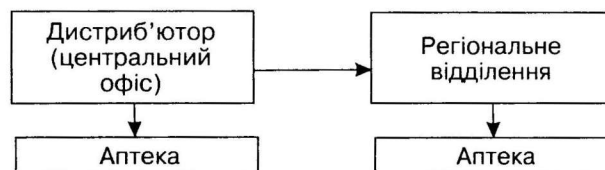
Встановлено, що найважливішою складовою діяльності оптових торговців є дослідження ринку збуту, що, у свою чергу, впливає на прийняття маркетингових рішень. Так, у 2000 році на фармацевтичному ринку України мала місце тенденція до скорочення обсягу продажу лікарських препаратів і спостерігався перерозподіл часток ринку на користь препаратів вітчизняного виробництва [1, 2, 3].

Корекція курсу національної валюти, різке зниження купівельної спроможності населення значно зменшили привабливість ринку лікарських препаратів України для іноземних виробників "брендових" препаратів, одночасно покращені позиції вітчизняного виробника. Перенасичений "гравцями" оптовий сектор ринку лікарських препаратів став перед необхідністю корінного структурного реформування, що супроводжується зменшенням числа оптових торговців. На сьогоднішній день вони відрізняються один від одного "стратегією виживання" і тому нами виділено чотири найбільш розповсюджені типи структур.

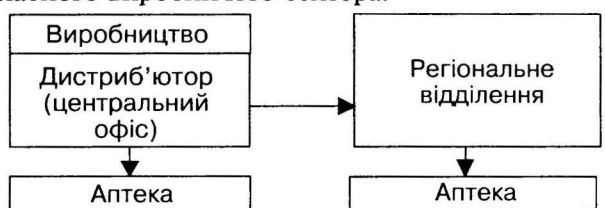
Перший тип, так званий, "незалежний оптовик" розширює свій вплив на фармацевтичному ринку шляхом відкриття регіональних відділень за схемою:



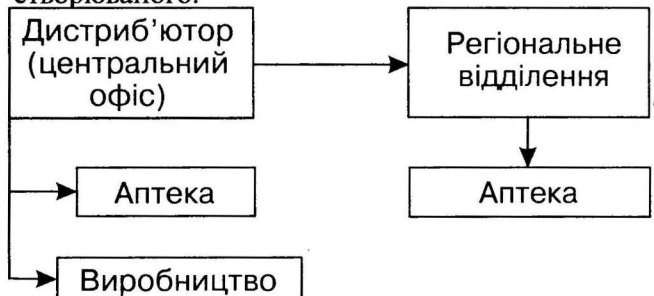
Другий тип структури являє собою об'єднання в ній дистриб'ютора з дилером роздрібною торгівлі шляхом відкриття мережі аптек як при центральних офісах, так і при регіональних відділеннях:



Третій тип структури припускає наявність у ній власного виробничого сектора:



Четвертий тип структури не припускає створення власного виробництва, а лише інвестування вже існуючого на сьогоднішній день чи знову створюваного:



Третій і четвертий типи структур оптових торговців є менш розповсюдженими на фармацевтичному ринку України, тому що інвестиції в створення нового і розвиток наявного виробництва вітчизняних лікарських препаратів і дженериків вимагає відволікання з оборотних коштів.

В результаті вивчення тенденції розвитку фармацевтичного ринку України, зокрема його оптового сектора, встановлено, що основною тенденцією у найближчі роки є зниження числа суб'єктів господарювання у даному секторі ринку як за рахунок їхнього злиття, так і за рахунок зміни профілю діяльності. Отримані результати досліджень покладені в основу методичних рекомендацій для практичної фармації.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Еженедельник "Аптека"*. — 2000. — №22. — С. 13.
2. *Еженедельник "Аптека"*. — 2000. — №10. — С. 8.
3. *Еременко С. // Провизор*. — 2000. — №10. — С. 16.