

УДК 615.451/457:615.014.47

**ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ПРОДАЖ
БРЕНДОВЫХ НАИМЕНОВАНИЙ ПРЕПАРАТОВ, ВПЕРВЫЕ
ВЫВЕДЕННЫХ НА УКРАИНСКИЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК
ПО ЦЕНОВЫМ ГРУППАМ**

*Панфилова А. Л. *, Матущак М. Р. ***

** Национальный фармацевтический университет, г. Харьков, Украина*

***Буковинский государственный медицинский университет, г. Черновцы, Украина*

Вступление. Сохранение здоровья в том качестве, которое соответствует общественным стандартам требует привлечение огромных материальных и нематериальных ресурсов в государстве [3-5]. В большинстве стран мира поддержание здоровья граждан находится в плоскости решения государственных и общественных проблем на самом высоком уровне. В конце 80-х прошлого столетия многие государства мира встали на путь интенсивного развития здоровьесберегающих технологий, эффективная реализация которых позволяет существенно повысить качество жизни граждан уже за несколько десятилетий [3,4]. При этом, уже к началу нового тысячелетия многие правительства столкнулись с проблемой перманентного повышения стоимости оказания медицинских и фармацевтических услуг населению. Кроме этого, экономическое развитие страны ощутили бремя серьезного дефицита общественных ресурсов, которые направляются на удовлетворение все возрастающих потребностей населения в качественной медицинской и фармацевтической помощи. Не последнюю роль в процессе повышении стоимости оказания услуг в системе здравоохранения занимают новые брендовые препараты, которые фармацевтические компании регулярно выводят на фармацевтический рынок (ФР). Поэтому, в условиях дефицита ресурсов здравоохранения в Украине особую актуальность имеют исследования динамики и структуры продаж брендовых препаратов, которые впервые выведены в Украине на национальный ФР.

Цель исследования. Проведение анализа объемов, структуры продаж на отечественном ФР брендовых наименований лекарственных препаратов (ЛП), которые впервые были представлены фармацевтическими фирмами в динамике лет (2011-2017 года).

Методы исследования. Объектом исследований стали данные, представленные в открытом информационном доступе маркетинговой агентцией «Proxima Research» (информационная система «PharmXplorer»/«Фармстандарт»), занимающейся мониторингом состояния отечественного ФР по целому спектру параметров анализа [1]. Анализ продаж проводился как в стоимостном (грн.), так и натуральном выражении (упаковки препаратов). В исследованиях использовались также данные специальной литературы, освещающие вопросы развития отечественного ФР в динамике лет, а также проблематику функционирования системы фармацевтического обеспечения населения в условиях системного кризиса в стране. Для анализа

структурных сдвигов в продажах все препараты были распределены на ценовые группы по показателю средневзвешенной розничной цены ЛП. Для определения средневзвешенной розничной цены ЛП использовались данные мониторинга продаж препаратов на ФР за период с 2011 по 2017 года. Поиск информации осуществлялся по таким ключевым словам, как «фармацевтический рынок», «брендовые наименования препаратов», «социально-экономическая доступность препаратов», «физическая доступность препаратов», «потребление препаратов» и т.д..

При проведении экспериментальных исследований по выбранной тематике использовались такие методы, как исторический, логический, семантический, графический, математико-статистический, ретроспективный, а также методы маркетингового анализа рынка. и т.д. Вся необходимая обработка статистических данных осуществлялась с использованием современного программного лицензионного обеспечения и стандартных таблиц вариационной статистики. Статистические расчеты выполнялись с использованием пакета StatSoft. Inc. (2014). STATISTICA версии 12.0 и Excel.

Основные результаты. В условиях низкой платежеспособности населения Украины и отсутствия эффективных механизмов реимбурсации стоимости потребленных ЛП ценовые характеристики лекарств имеют важное социально-экономическое значение [2]. Поэтому анализ объемов и динамики продаж, а также структурных сдвигов в продажах новых брендовых наименований ЛП нами проводился по шести ценовым группам. Так, к первой были отнесены наименований препаратов со средневзвешенной розничной ценой реализации на ФР «до 20,00 грн », ко второй – «свыше 500,00 грн»., к третьей – «от 50,00 до 100,00 грн », к четвертой – «от 100,00 до 300,00 грн», к пятой – «от 300,00 до 500,00 грн», а к шестой – «свыше 500,00 грн». В результате проведенных исследований динамики и структуры продаж указанных групп ЛП на украинском ФР нами установлено следующее. За период с 2011 по 2012 год на украинском ФР в денежном выражении доминировали продажи ЛП из ценовой группы «от 50,00 до 100,00 грн». С 2013 года наметилась тенденция к увеличению продаж препаратов более высоких ценовых категорий («от 100,00 до 300,00 грн»). В стоимостном выражении их доля в продажах заняла около 50,0% от всей реализации новых наименований брендовых препаратов на ФР. Кроме этого следует отметить про значительное увеличение продаж в стоимостном выражении препаратов группы «свыше 500,00 грн» в 2017 году. С 2015 г. отмечается существенное увеличение в структуре продаж доли (%) более дорогостоящих препаратов (четвертая ценовая группа препаратов – «от 100,00 до 300,00 грн» за 1 упаковку), также и в натуральном показателе. Так, если по данным 2013 года больше половины продаж в натуральном показателе приходилось на ЛП из группы «свыше 500,00 грн», то уже по данным 2017 года продажи на ФР практически поровну (по 30,0%) разделили между собой ЛП из таких ценовых групп как «от 50,00 до 100,00 грн », «от 100,00 до 300,00 грн», «от 300,00 до 500,00 грн». Значительный прирост также характерен и для продаж препаратов из шестой ценовой группы, т.е. ЛП со средневзвешенной розничной ценой «свыше 500,00 грн». Если в натуральные показатели объем продаж в %

от общих продаж на ФР в течении 2011-2016 годов колебался в диапазоне значений от 0,5 до 2,5%, то в 2017 году данный показатель уже составил около 7,0%. Таким образом можно сделать вывод о существенных изменениях в структуре продаж брендовых препаратов, которые впервые выведены на ФР Украины. В Украине наметилась активная тенденция к «вымыванию» с ФР более дешевые наименований лончей (группы препаратов «до 20,00 грн» и «от 20,00 до 50,00 грн»). В 2017 г. практически отсутствовали продажи по препаратам с низкими ценовыми характеристиками («до 20,00 грн» за 1 упаковку ЛП), а существенно увеличилась доля (%) продаж лончей с высокими ценовыми характеристиками («свыше 500,00 грн» за 1 упаковку препарата). Так, доля последних в аптечных продажах составила в 2017 г. около 28,0% против 4,0% в 2016 г. (стоимостной показатель продаж на украинском ФР). Интересным является тот факт, что около 50,0% продаж в 2014 году (в натуральных показателях) приходилось на лончи с самыми низкими ценовыми характеристиками («до 20,00 грн» за 1 упаковку). В 2015-2016 гг. их продажи уменьшились в пять раз и составили около 8,0%. В целом следует отметить, что в натуральных показателях наиболее существенные структурные изменения в продажах отмечались по препаратом из ценовой группы «от 20,00 до 50,00 грн». Максимальное значение доли их продаж на ФР составило 53,0% (2013 год), а минимальное (16,0%) в 2016 году.

Выводы. В результате проведенных исследований можно сделать следующие выводы. Национальный ФР рынок развивается в направлении реструктуризации продаж ЛП по ценовым группам, а именно увеличения доли (%) продаж более дорогостоящих препаратов в стоимостном выражении. Указанный факт требует разработки и внедрения эффективных механизмов компенсации стоимости потребления ЛП, имеющих важное медико-фармацевтическое и социально-экономическое значение для отечественного здравоохранения и развития общества в целом.

Список литературы

1. Кирсанов Д. Анализ сегмента лончей . Еженедельник «Аптека». 27(1148) 2018 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.apteka.ua/article/463625>
2. Мнушко З. Н. Теория и практика маркетинговых исследований в фармации / З. Н. Мнушко, И. В. Пестун. – Х.: Изд-во НФаУ, 2008. 308 с.
3. Хрестоматия фармацевтического качества / Ю. В. Подпрудников, А. А. Ишмухаметов, А. С. Немченко и др. Под. ред. А.А. Ишмухаметова. – М.: ООО «Группа Ремедиум», 2015. 432 с.
4. Filonova IB. New Approaches to Financing of the National Healthcare. Economy of Ukraine. 2015; 3: 76-83.
5. National strategy for reforming the health care system in Ukraine for the period 2015-2025. Ministry of Health of Ukraine. International Renaissance Foundation. 2015. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://healthsag.org.ua/wp-content/uploads/2014/11/Proekt-Strategiyi-reformi_OZ.pdf (Date of access 17.10.2018).