

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**факультет фармацевтичних технологій та менеджменту**  
**кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему: **«АНАЛІЗ КОНКУРЕНТНОЇ СИТУАЦІЇ НА РОЗДРІБНОМУ  
ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ»**

**Виконав:** здобувач вищої освіти, групи

Фс18(4.6з)мед-02а

спеціальності 226 Фармація, промислова фармація

освітньої програми Фармація

Єгор РОМАНЬКО

**Керівник:** асистент закладу вищої освіти кафедри

фармацевтичного менеджменту та маркетингу, к.фарм.н.

Олена ШУВАНОВА

**Рецензент:** професор закладу вищої освіти кафедри

організації та економіки фармації д.фарм.н.,

професор Ганна ПАНФІЛОВА

## АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є аналіз конкурентної ситуації у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України. Проаналізовано частки роздрібних торгових точок та у п'яти областях, які належать аптечним мережам, що входять до ТОП-10. Проведене прогнозування частки, що можуть займати ТОП-3 та ТОП-10 аптечних мереж в Україні від загальної кількості роздрібних торгових точок та у обсязі роздрібного товарообігу на період до 2026 р.

Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, загальних висновків, переліка використаних літературних джерел, двох додатків, викладена на 42 сторінках, включає 10 таблиць, 11 рисунків, а також 36 джерел літератури.

*Ключові слова:* конкуренція, фармацевтичний ринок, роздрібний сегмент, аптечні мережі, прогнозування

## ANNOTATION

The purpose of the study is to analyze the competitive situation in the retail segment of the pharmaceutical market of Ukraine. The shares of retail outlets in five regions belonging to pharmacy chains included in the TOP-10 were analyzed. Forecasting of the shares that can occupy the TOP-3 and TOP-10 pharmacy chains in Ukraine from the total number of retail outlets and the volume of retail turnover for the period until 2026.

The qualification work consists of an introduction, three chapters, general conclusions, a list of used literary sources, two appendices, laid out on 42 pages, includes 10 tables and 11 figures, as well as 36 literature sources.

*Key words:* competition, pharmaceutical market, retail segment, pharmacy chains, forecasting

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
Розділ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ТА ПРИНЦИПІВ КОНКУРЕНЦІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ РИНКУ .....	7
1.1. Дослідження теоретичних засад конкуренції .....	7
1.2. Аналіз рівня конкуренції на фармацевтичному ринку України .....	15
Висновки до розділу 1 .....	21
Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ У РОЗДРІБНОМУ СЕГМЕНТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	22
2.1. Аналіз рівня конкуренції у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку Києва та Київської області згідно даних Державного реєстру суб'єктів, що мають ліцензію на право оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами .....	22
2.2. Аналіз рівня конкуренції у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку окремих регіонів на підставі моніторингу сайтів аптечних мереж, що входять до ТОП-10.....	29
2.3. Визначення монопольного становища аптечних мереж з використанням індексу Лінда .....	34
Висновки до розділу 2 .....	37
Розділ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РОЗДРІБНОМУ ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	38
3.1. Прогноз подальшого розвитку аптечних мереж.....	38
Висновки до розділу 3. ....	42
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ .....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	48

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Фармацевтичний ринок завжди є привабливим для підприємств, тому, що він є найменш вразливим для дії більшості зовнішніх факторів. Навіть у кризові періоди, коли потерпають ледь не всі галузі, фармацевтичний ринок тільки зменшує темпи свого зростання. Але, саме завдяки цьому, на ринку відбувається жорстка конкурентна боротьба, в ході якої найпотужніші представники як оптового, так і роздрібного сегмента, поступово захоплюють ринок. Дослідження цієї проблеми представляє інтерес, саме тому тема роботи «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України» є актуальною.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є аналіз конкурентної ситуації у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України.

**Завдання дослідження.** Відповідно до поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- дослідити теоретичні засади конкуренції, її економічні моделі та умови їх існування, фактори впливу на конкуренцію та стратегії конкурентної боротьби;
- провести загальний аналіз конкурентної ситуації на фармацевтичному ринку України, у сегментах виробників лікарських засобів, а також у оптовому та роздрібному сегментах;
- проаналізувати рівень конкуренції на роздрібному фармацевтичному ринку м. Києва та Київської області, із застосуванням на даних ліцензійного реєстру;
- проаналізувати кількості роздрібних торгових точок у Київській, Харківській, Одеській, Дніпропетровській та Львівській областях, які належать аптечним мережам, що входять до ТОП-10. Розраховані тридольний ( $CR_3$ ) та десятидольний ( $CR_{10}$ ) показники концентрації;

- здійснити визначення монопольного становища аптечних мереж з використанням індексу Лінда;
- провести прогнозування частки, що можуть займати ТОП-3 та ТОП-10 аптечних мереж в Україні від загальної кількості роздрібних торгових точок та у обсязі роздрібногo товарообігу на період до 2026 р.

**Об'єкт дослідження.** Роздрібний сегмент фармацевтичної галузі України, а саме, аптечні мережі, що входять до ТОП-10.

**Предмет дослідження.** Регіональна структура роздрібногo фармацевтичного ринку, динаміка часток аптечних мереж, які входять до ТОП-10 у кількості роздрібних торгових точок та у загальному обсязі роздрібногo товарообігу.

**Методи дослідження.** При виконанні магістерської роботи були використані: метод спостереження та традиційного аналізу документів. Був проведений моніторинг сайтів аптечних мереж, що входять до ТОП-10 з метою з'ясування регіональної сегментації роздрібних торгових точок, що їм належать. Був проведений аналіз інформації Державного реєстру суб'єктів, що мають ліцензію на право оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами по м. Києву та Київській області. Був використаний метод прогнозування за допомогою MS Excel.

**Практичне значення отриманих результатів.** Отримані результати дослідження тенденцій конкурентної ситуації у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України і зроблені прогнози можуть допомогти у прийнятті управлінських рішень щодо успішного планування та провадження своєї діяльності.

**Апробація результатів дослідження і публікації.** Матеріали дослідження були представлені на VII Міжнародній науково-практичній Інтернет–конференції «Технологічні та біофармацевтичні аспекти створення лікарських препаратів різної направленості дії».

За результатами дослідження були опубліковані тези:

Шуванова Є. В., Романько Є. С. Аналіз конкурентної ситуації у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної Інтернет–конференції «Технологічні та біофармацевтичні аспекти створення лікарських препаратів різної направленості дії». Х.: Вид-во НФаУ, 2022. С. 273–274.

**Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.** Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, загальних висновків, переліка використаних літературних джерел, двох додатків, викладена на 42 сторінках, включає 10 таблиць 11 рисунків, а також 36 джерел літератури.

## **Розділ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ЗАСАД ТА ПРИНЦИПІВ КОНКУРЕНЦІЇ МІЖ СУБ'ЄКТАМИ РИНКУ**

### **1.1. Дослідження теоретичних засад конкуренції**

Конкуренція — економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах. Основа конкурентних відносин — свобода вибору — реалізується у формі прагнення кожного одержувати для себе особисто грошовий дохід. Конкуренція означає наявність на ринку великої кількості незалежно діючих продавців і покупців [1]. Широке розсіювання економічної влади, що становить основу конкуренції, регулює використання цієї влади й обмежує можливості зловживання нею. Чиста конкуренція виникає, коли численні продавці займаються продажами однорідного продукту, й на ринку немає продуктової диференціації. Здійснена конкуренція — це чиста конкуренція разом з мобільністю ресурсів усередині ринку й відсутністю бар'єрів на вхід і вихід учасників. Ефективна конкуренція — покупці й продавці оперують незалежно у вільній конкурентній системі. У процесі конкурентної боротьби учасники переслідують однакові цілі — максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживачів. Однак способи й шляхи досягнення цієї загальної мети різні. Тому в конкурентній боротьбі перемагає той, хто раніше від інших домігся певних конкурентних переваг і захопив стійкий сегмент ринку. Але завоювання переваг — це тільки початок, набагато складніше втриматися на ринку, зберігаючи свої первісні позиції [6]

Ключова роль конкуренції для функціонування ринкової економіки була узагальнена ще у XVIII ст. Адамом Смітом у його знаменитому принципі «невидимої руки». Адам Сміт звернув увагу на різницю між суб'єктивними устремліннями бізнесменів та об'єктивними результатами їхньої діяльності. А саме, кожен капіталіст прагне лише до власної вигоди. Але обставини щоразу змінюються, отже переслідуючи власний інтерес, він одночасно реалізує й інтереси всього суспільства. Причому часто робить це

більш ефективно та сумлінно, ніж якби спеціально ставив перед собою лише альтруїстичні цілі. Наче невидима рука править світом. Смикаючи за ниточки маріонеток підприємців, вона змушує їх діяти відповідно до якогось «ідеального» плану розвитку. У цьому «ниточками», тобто. конкретним механізмом, який змушує підприємців дотримуватися вказівок «невидимої руки» служить саме конкуренція [31].

Існує чотири основних типи стратегії конкурентної боротьби, кожен з яких орієнтований на різні умови економічного середовища та різні ресурси, що знаходяться у розпорядженні підприємства. Фірми, що їх дотримуються, кожна по-своєму, але однаково успішно пристосовані до вимог ринку. І всі вони потрібні для нормального функціонування економіки. На рис. 6 показані відповідні їм типи компаній: віоленти, коммутанти, патієнти та експлеренти.

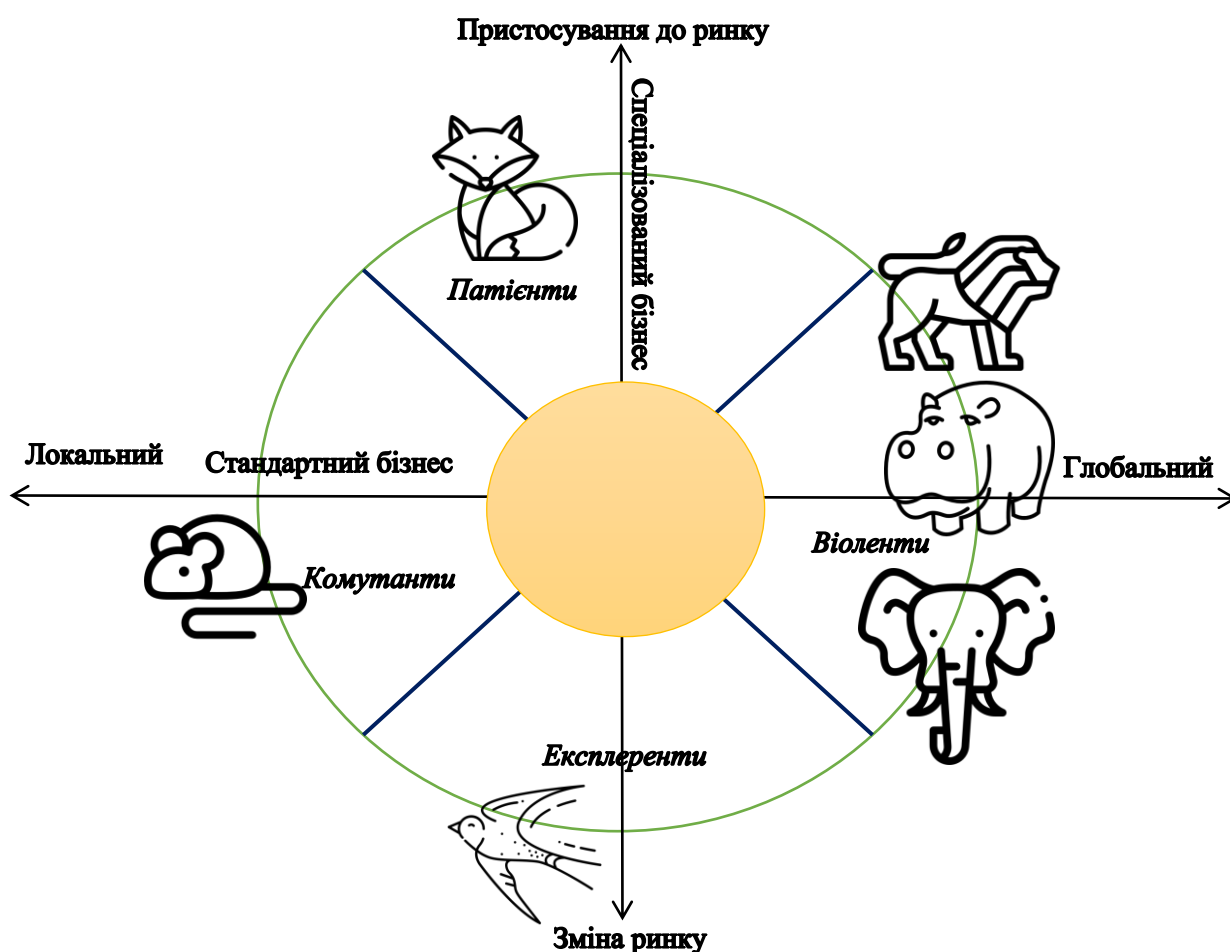


Рис.1.1. Типи фірм в залежності від стратегії конкурентної боротьби [31]





Віолентна («силова») стратегія у фірм, які працюють у сфері великого, стандартного виробництва товарів та/або послуг. Три найважливіші різновиди фірм-віолентів отримали назву «гордих левів», «могутніх слонів» і «неповоротливих бегемотів». Стратегія віолентів проста: спираючись на свою гігантську силу фірма прагне домінувати на великому ринку, наскільки можна витісняючи з нього конкурентів.

Патієнтна (нішева) стратегія типова для фірм, що стали на шлях вузької спеціалізації. Вона передбачає виготовлення особливої, незвичайної продукції для певного (частіше вузького) кола споживачів. Свою ринкову силу компанії-патієнти черпають у тому, що їх вироби стає тією чи іншою мірою незамінними для відповідної групи клієнтів. Така компанія намагається не розпорозуватися, контролюючи невелику частину великого ринку, а завойовує максимальну частку невеликого ринкового сегмента. В таких умовах перевагу отримують дрібні та середні компанії. Невипадково фірми-патієнти прийнято називати «хитрими лисицями» економіки. Свої, як правило, дорогі та високоякісні товари вона адресує тим, кого не влаштовує стандартну продукцію. Сенс цієї стратегії полягає не просто у спеціалізації, а й у зосередженні зусиль на продукції, що користується саме обмеженим попитом.

Комутантна (приспосувальна) стратегія переважає при звичайному бізнесі у місцевих (локальних) масштабах. Сила дрібного неспеціалізованого підприємства полягає у його кращій пристосованості до задоволення невеликих за обсягом (а нерідко та короткочасних) потреб конкретного клієнта. Підвищена гнучкість стає джерелом сили коммутантів у конкурентній боротьбі. Деяка непомітність і навіть безликість послужила основою присвоєння комутантам назви «сірі миші»

Експлерентна (піонерська) стратегія конкурентної боротьби пов'язана зі створенням нових чи радикальним перетворенням старих сегментів ринку. Йдеться не просто про вдосконалення товарів та послуг, а про вкрай ризикований (але й неймовірно вигідний у разі удачі) пошук революційні

рішення. Головний фактор сили експерентів пов'язаний із випередженням у впровадженні важливих нововведень. Це стало підставою для порівняння подібних фірм з «першими ластівками», що раніше за інших починають обживати землю після зими [31].

Конкуренція — процес управління своїми конкурентними перевагами для одержання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах [4].

Конкуренція є рушійною силою розвитку суб'єктів і об'єктів управління, суспільства в цілому. Як було доведено багатьма економістами, конкуренція є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості товарів і рівня життя населення.

За ступенем інтенсивності конкуренція може бути:

- привабливою, коли в даному сегменті суб'єкт якісніше задовольняє свої потреби або одержує прибутки більші, ніж у попередньому сегменті;
- помірною, коли дії суб'єкта конкуренції підтримують конкурентне середовище в даному сегменті ринку;
- запеклою для об'єкта конкуренції, коли суб'єкт поглинає, знищує або витісняє об'єкт із даного сегмента;
- запеклою для суб'єкта конкуренції, коли об'єкт (конкурент) поглинає, знищує або виганяє суб'єкт із даного сегмента.

Існують чотири економічні моделі конкуренції: чиста конкуренція, монополістична конкуренція, олігополістична конкуренція, чиста монополія.

Чиста конкуренція можлива лише теоретично. Для неї конкуренції характерно:

- велика кількість підприємств, що реалізують стандартизовану продукцію;
- відсутній контроль над ціною;
- дуже еластичний попит;

- не використовуються нецінові методи конкуренції;
- відсутні перегони для організації бізнесу.

Для олігополістичної конкуренції характерні:

- невелика кількість підприємств;
- діапазон контролю цін залежить від узгодженості в роботі підприємства;
- переважає нецінова конкуренція

Монополістична конкуренція характеризується:

- великою кількістю підприємств, що реалізують диференційовану продукцію;
- вузьким діапазоном контролю цін;
- еластичним попитом;
- використанням нецінових методів ведення конкуренції;
- незначним вхідним бар'єром в галузь.

Для чистої монополії характерні:

- одно підприємство, яке випускає виняткову продукцію, що не має ефективних замінників;
- значний контроль над цінами;
- нееластичний попит;
- заблокований вхід в галузь для інших фірм [35, 36].

Для визначення інтенсивності конкуренції М Портер запропонував для враховувати п'ять сил конкуренції:

- споживачі;
- постачальники;
- існуючі конкуренти;
- нові конкуренти;
- товари-замінники (Рис.1.2) [13, 34].

Ці сили впливають на діяльність фірми в цілому і зокрема на ціну, видатки та капіталовкладення, які необхідні підприємству, щоб бути конкурентоспроможним. Привабливість галузі і фірми визначається не

характером продукції і не рівнем використовуваної технології, а структурою галузі, тобто основними конкурентними силами, присутніми в ній [6].

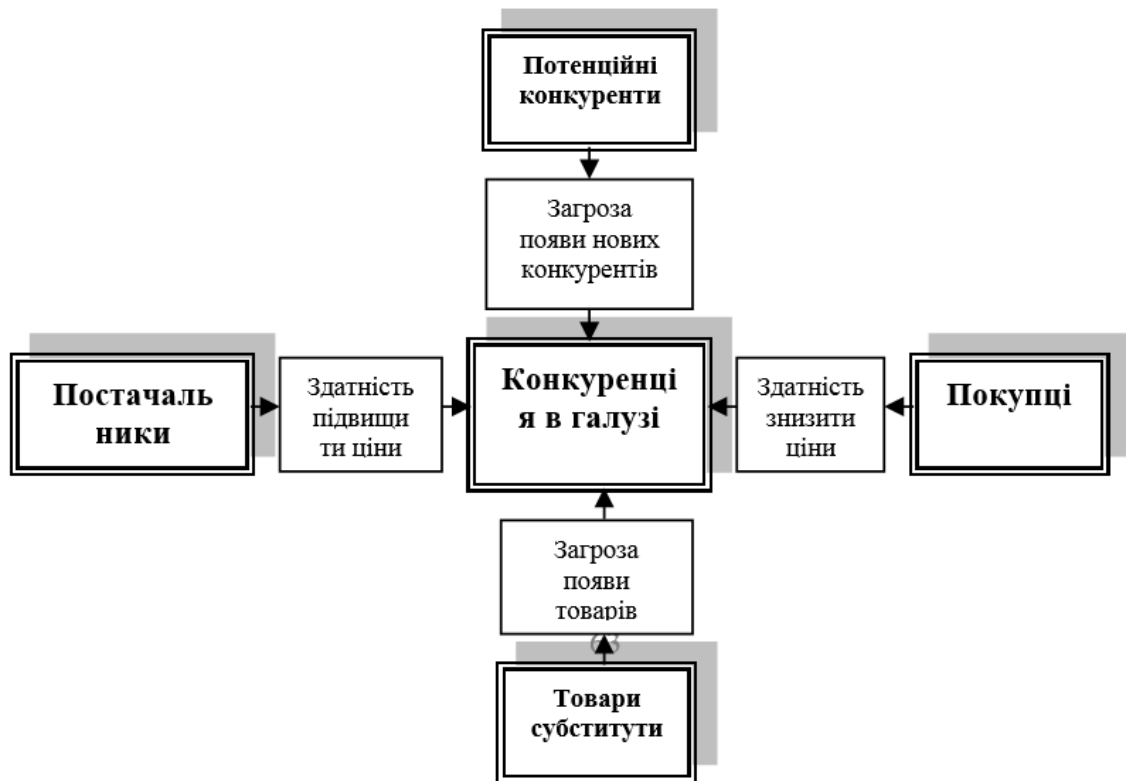


Рис. 1.2. П'ять сил конкуренції за М. Портером [6]

Виділяють декілька методів конкуренції:

- нецінова конкуренція заснована на підвищенні якості товару або послуг;
- цінова конкуренція заснована на факторі ціни;
- заснована на зниженні експлуатаційних витрат у споживача товару;
- заснована на використанні всіх конкурентних переваг об'єкта й суб'єкта (інтегральна).

Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу:

- розмір ринку — чим більший, тим сильніші конкуренти;
- темпи зростання ринку — швидке зростання полегшує проникнення на ринок;
- потужності — зайві потужності призводять до падіння цін;

- перешкоди для входу або виходу з ринку — бар'єри захищають позицію фірми, їхня відсутність робить ринки уразливими для проникнення туди неконкурентоспроможних новачків;
- ціна;
- рівень стандартизації товарів — покупці мають перевагу, тому що їм легко перейти з одного товару на інший;
- мобільні технологічні модулі;
- вимоги до розмірів необхідних капітальних вкладень — тверді вимоги підвищують ризик, створюють додаткові бар'єри входу — виходу;
- вертикальна інтеграція підвищує вимоги до розмірів капіталу, призводить до сильних розходжень у конкурентоспроможності й витратах на виробництво — інтегрованих, частково інтегрованих і неінтегрованих фірмах;
- економія на масштабі — збільшує частку ринку, не обхідну для досягнення конкурентоспроможності товару;
- швидке відновлення асортименту [29].

У 2005 році вийшла книга щодо конкурентних стратегій авторів Кім Чан і Рене Моборн «Стратегія блакитного океану. Як знайти або створити ринок, вільний від інших гравців», які констатують, що з кожним роком конкуренція стає все більш напруженою, а боротьба за прихильність споживачів все більш кровопролитною. Бізнес-океан забарвлюється червоним й вижити в ньому стає більш складно. У основі книги лежить ідея, що краще знайти свій блакитний океан, ніж залишатися в червоному океані з жорсткою конкуренцією, що виснажує всіх гравців.

У червоних океанах кордони галузі визначено і узгоджено, а правила гри у конкуренцію всім відомі. Тут компанії намагаються перевершити своїх суперників, щоб перетягнути до себе більшу частину існуючого попиту. У міру того як на ринку стає дедалі тісніше, можливостей зростання та отримання прибутку стає дедалі менше. Блакитні ж океани, навпаки,

позначають недоторкані ділянки ринку, вимагають творчого підходу та дають можливість зростати та отримувати високі прибутки. Хоча деякі блакитні океани створюються поза межами прокладених кордонів галузі, більшість із них все ж таки виникає всередині червоних океанів, розсовуючи вже існуючі галузеві кордони. У блакитних океанах конкуренція нікому не загрожує, оскільки правила гри ще тільки встановлюватимуть.

Стратегія блакитного океану націлена на те, щоб спонукати компанії вирватися з яскраво-червоного океану конкуренції шляхом створення для себе такої ринкової ніші, де можна не боятися конкурентів. Стратегія блакитного океану пропонує відмовитися від того, щоб ділити з іншими існуючий попит, постійно оглядаючись при цьому на конкурентів і присвятити себе створенню нового, зростаючого попиту вільного від суперництва [8].

## 1.2. Аналіз рівня конкуренції на фармацевтичному ринку України

На фармацевтичному ринку сьогодні наявна продукція понад 300 закордонних виробників, а також 120 вітчизняних (мають ліцензію на виробництво лікарських препаратів станом на 1.04.2021 р.), серед яких найбільшими є: ПАТ «Фармак», «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», Корпорація «Артеріум» («Київмедпрепарат», «Галичфарм»), «Дарниця», «Здоров'я», «Лекхім» тощо [2, 7, 11].

При цьому слід зауважити, що українські виробники працюють у жорстких конкурентних умовах. Якщо у 1997 р. кількість зареєстрованих фармацевтичних препаратів вітчизняного та іноземного виробництва була у співвідношенні 1:1,7, то на початок 2021 р. вона становила 1:3,3, що свідчить про витіснення вітчизняного виробника з українського ринку [2].

Таблиця 1.1.

### Структура фармацевтичного ринку України [2].

Компанії	Вартісне вираження	Натуральне вираження
----------	--------------------	----------------------

	млрд грн	частка, %	упаковок, млн. шт.	частка, %
Вітчизняні виробники	16,77	37,1	740,70	74,7
Іноземні виробники	28,42	62,9	250,87	25,3
Всього	45,19	100	991,57	100

Продажі лікарських засобів українського виробництва переважають у натуральних показниках, становлять три чверті продажів на ринку, у той час як ситуація у вартісному вираженні протилежна, вітчизняним виробникам належить лише 37% (Табл. 1.1). Це легко пояснити меншою середньою ціною упаковки українського виробництва, яка становила 22,64 проти 143,11 — для імпортованих лікарських засобів. Більшість ЛЗ в Україні — генерики. Оригінальні лікарські засоби становлять лише 6% ринку у грошовому вимірі [5, 7, 10, 16].

До ТОП-20 виробників лікарських засобів за обсягами продажів в Україні входять 8 вітчизняних виробників (Табл. 1.2). Сумарні частка усіх виробників ТОП-20 складає майже половину ринку, а саме — 49.37%, частка ТОП-10 становить 32.89%. Щодо стандартного тричасткового показника концентрації, який розраховується як сума трьох лідерів ринку, то він становить 12.59%. Це свідчить про те, що ринок виробників є слабо концентрованим і немонополізованим [9, 12].

Інша ситуація складається в оптовому сегменті фармацевтичного ринку. У рейтингу дистрибуторів перші три позиції займають компанії «БадМ», «Оптіма-Фарм» і «Вента.ЛТД». За підсумками 2021 р., питома вага поставок цих дистрибуторів становить 85,6%. Для порівняння за аналогічний період 2019 р. цей показник склав 81,6% (1.3). Також останнім часом відзначається жорстка конкурентна боротьба між двома лідерами сегменту, які продовжують нарощувати свою частку на ринку [18, 19].

Останні роки на роздрібному фармацевтичному ринку кількість роздрібних точок збільшується дуже повільно. Так, станом на грудень 2018 р. кількість торгових точок становила 20 506, а станом на жовтень 2021 р. —



20 643. Спостерігається тенденція до поступового укрупнення аптечних мереж шляхом активного нарощування кількості торгових точок [3, 14, 27, 30]. За підсумками жовтня 2021 р. ТОП-3 мережі володіють більш ніж 1 тис. торгових точок кожна (рис. 1.4).

Частка ТОП-100 мереж теж зростає і за підсумками III кв. 2021 р. становить 84% у загальному товарообігу, слід відзначити, що вони володіють 59% торгових точок.

Таблиця 1.2.

**ТОП-20 виробників фармацевтичної продукції за обсягами роздрібних продажів за 2021 р. в Україні [9].**

№ з/п,	Назва компанії та країна	Частка на ринку, %
1	Фармак (Україна)	5,76
2	Дарниця (Україна)	3,48
3	Sanofi (Франція)	3,35
4	Teva (Ізраїль)	3,28
5	Acino (Швейцарія)	3,22
6	Корпорація Артеріум (Україна)	3,14
7	Berlin-Chemie (Німеччина)	2,84
8	KRKA (Словенія)	2,76
9	Київський вітамінний завод (Україна)	2,65
10	Юрія-Фарм (Україна)	2,41
11	Кусум Фарм (Україна)	2,39
12	Дельта Медікел (Україна)	1,96
13	Sandoz (Швейцарія)	1,94
14	Група компаній Здоров'я (Україна)	1,92
15	Bayer Pharmaceuticals (Німеччина)	1,75
16	Servier (Франція)	1,65
17	Abbott Products (Німеччина)	1,40

18	Борщагівський ХФЗ (Україна)	1,20
19	Dr. Reddy's (Індія)	1,15
20	Gedeon Richter (Угорщина)	1,12

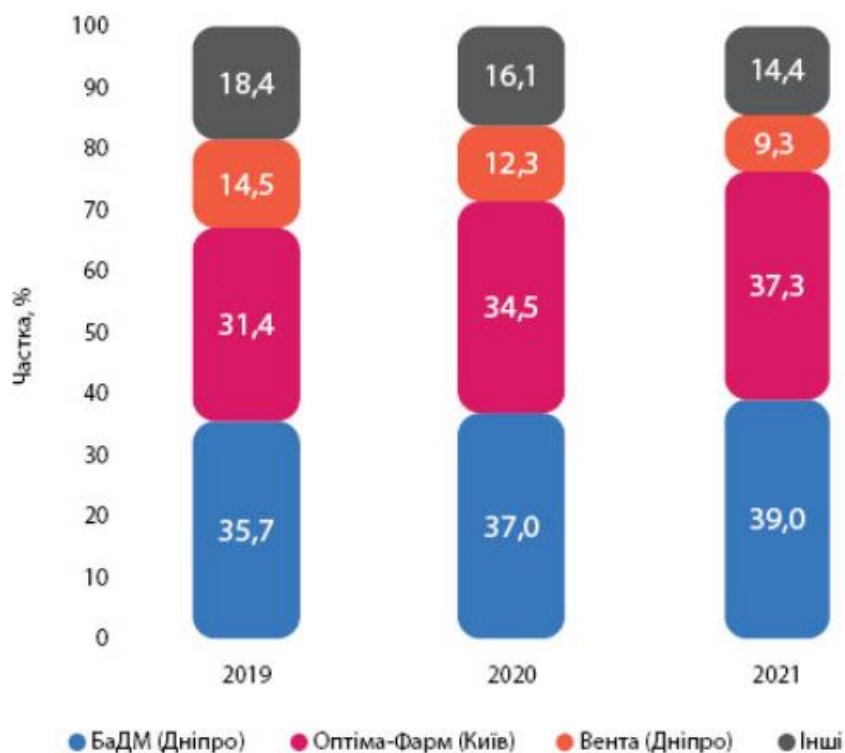


Рис. 1.3. Розподіл ринку у сфері оптової торгівлі товарами аптечного асортименту за період з 2019 до 2021 р. [9].

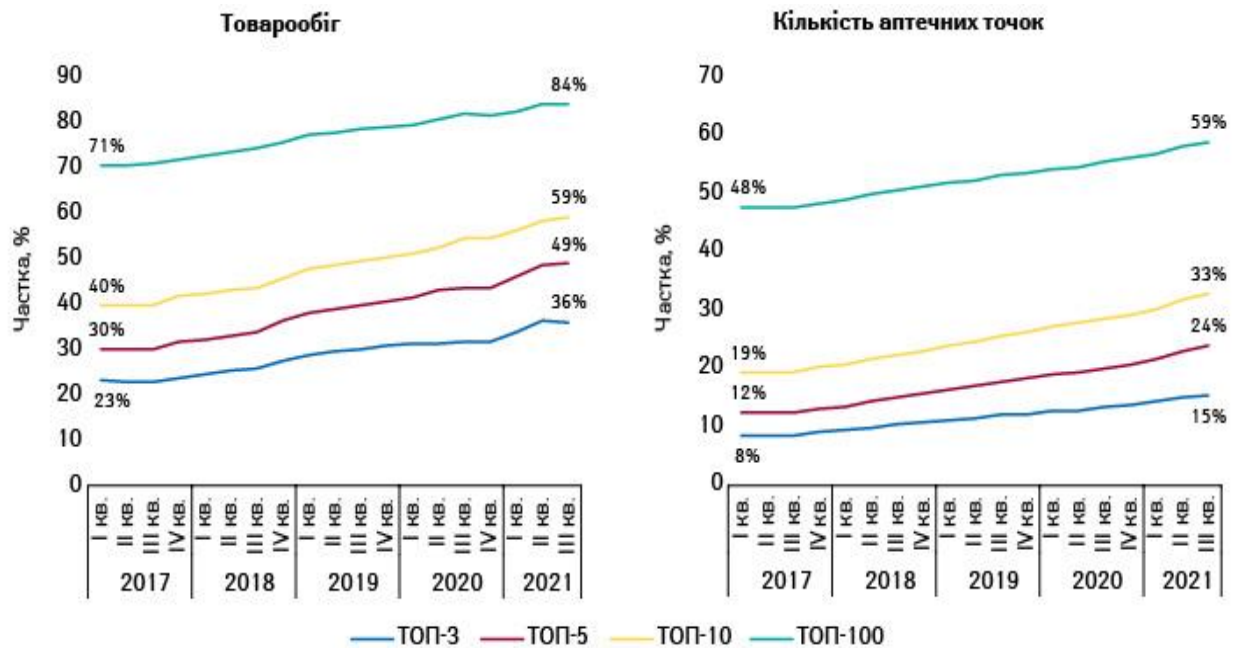


Рис. 1.4. Динаміка часток ТОП-3, ТОП-5, ТОП-10 та ТОП-100 аптечних мереж в Україні у роздрібному товарообігу та у кількості роздрібних торгових точок [9].

За підсумками 2021 р. найбільша аптечна мережа за обсягами товарообігу — Аптека-Магнолія її частка в загальному обсязі аптечного продажу — 14,4%. А частка трьох лідерів роздрібного сегменту становить 35,4% (Табл. 1.3).

За обсягами товарообігу за підсумками 2021 р. лідером серед аптечних мереж є «Аптека-Магнолія», до складу якої належать такі аптечні мережі як «Аптека АНЦ», «Благодія» та «Копійка». Лідерські позиції посідають також «Сіріус-95» («Бажаємо здоров'я»), «Гамма-55» («Аптека 911»), Аптечна мережа «Подорожник», а також асоціація невеликих аптечних мереж «АСНОВА».

З іншого боку, конкуренція між аптечними мережами є позитивною для споживача, тому що призводить до зниження націнки на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту [33]. Так, середня націнка на лікарські засоби знизилася на 2%, з 19% у січні 2019 р. до 17% у вересні 2021 р.

Аналіз економічної кон'юнктури українського ринку лікарських засобів та динаміки розвитку окремих його сегментів, проведений

українськими дослідниками [15, 17, 28, 30] дав змогу ідентифікувати основні види конкурентної боротьби фармацевтичному ринку, а саме:

- існування інтенсивної конкуренції між вітчизняними та закордонними фармацевтичними підприємствами-виробниками;
- активний розвиток підприємств суміжних галузей (для прикладу, галузі біотехнології) та інших галузей, стратегії розвитку яких передбачають у перспективі входження на ринок фармацевтичний ринок;
- тиск із боку товарів-замінників, а також конкуренцію з боку оригінальних та генеричних препаратів; біологічно активних добавок тощо;
- конкуренцію логістичних ланцюгів поставок лікарських препаратів;
- конкурентну боротьбу за домінування у госпітальному/аптечному сегментах та представлення власних інтересів в каналах розподілу фармацевтичної продукції;

Таблиця 1.3

**ТОП-10 аптечних мереж в Україні за обсягами товарообігу за період січень–жовтень 2021 р. [9]**

Аптечна мережа	Товарообіг, млн грн	Частка в товарообігу, %	Зростання товарообігу, %
АПТЕКА-МАГНОЛІЯ	16 613	14,4	36,8
СІРІУС-95	12 335	10,7	34,1
ГАММА-55	11 846	10,3	43,0
МЕРЕЖА АПТЕК «ПОДОРОЖНИК»	9733	8,4	42,5
АСНОВА	5768	5,0	5,2

ФАРМАСТОР	5257	4,6	19,9
МЕД-СЕРВІС ГРУП	3120	2,7	9,1
МЕРЕЖА АПТЕК «Д.С.»	2413	2,1	16,7
АПТЕЧНА МЕРЕЖА «ФАРМАЦІЯ»	2332	2,0	34,0
ЗДОРОВА РОДИНА	1966	1,7	39,1

- конкуренцію на рівні оптово-роздрібної торгівлі — формування мереж аптек під егідою/у власності складів гуртової торгівлі, тиск із боку мережі локальних аптек, які об'єднані у гуртові організації тощо, які сукупно розширюють та ускладнюють конкурентну боротьбу на ринку;
- тиск з боку споживачів, які через низькі бар'єри доступу до інформації стали більш обізнаними у характеристиках лікарських препаратів [30].

### **Висновки до розділу 1**

1. Проведено дослідження теоретичних засад конкуренції
2. Проведено загальний аналіз конкурентної ситуації на фармацевтичному ринку України, у сегментах виробників лікарських засобів, а також у оптовому та роздрібному сегментах

## **Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНЦІЇ У РОЗДРІБНОМУ СЕГМЕНТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

### **2.1. Аналіз рівня конкуренції у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку Києва та Київської області згідно даних Державного реєстру суб'єктів, що мають ліцензію на право оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами**

Дослідження конкурентної ситуації у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку Києва та Київської області проводили згідно даних Державного реєстру суб'єктів, що мають ліцензію на право оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами [26]. Оскільки зараз, у зв'язку з воєнним станом, доступ до даних реєстру обмежено, користувались даними минулого року — витягом, який був зроблений станом на 30 грудня 2021 р. Серед суб'єктів які мають ліценції на роздрібну реалізацію лікарських засобів у Києві та Київській області були вибрані тільки ті, які мають у власності понад 10 роздрібних торгових точок (місць діяльності), як це зазначено у Реєстрі (Табл. 2.1, 2.2).

У Києві виявилось 33 таких суб'єкти, самими потужним з яких є Комунальне підприємство «Фармація», у складі якого 150 аптек, Ще два суб'єкти, а саме « ТОВ «ФАРМАСТОР і ТОВ «ТАС-Фарма» мають понад 50 аптек с мережі. У Києві ліцензію на право роздрібної торгівлі лікарськими засобами мають 350 підприємств — юридичних осіб та 48 фізичних осіб — підприємців, які володіють 58-ма аптечними закладами, загалом видані ліцензії на 1724 місця провадження діяльності.

У Київській області нараховано 22 таких суб'єкти, найпотужнішими з яких є ТОВ «ПОДОРОЖНИК», ТОВ «ФАРМАЦІЯ КИЇВЩИНИ» і знову — ТОВ «ТАС-Фарма». У Київській області ліцензію на право роздрібної торгівлі лікарськими засобами мають 332 підприємства — юридичні особи та 175 фізичних осіб — підприємців, які володіють 216-ма аптечними закладами, загалом видані 1116 ліцензій на місця провадження діяльності (Табл. 2.3).

Таблиця 2 1

**Перелік суб'єктів, що мають ліцензію на право та роздрібної торгівлі лікарськими засобами у м. Київ та які мали понад 10 роздрібних точок станом на 1 січня 2022 р.**

<b>Назва підприємства</b>	<b>Код ЄДРПОУ</b>	<b>Кількість торгових точок</b>	<b>%</b>
Комунальне підприємство «Фармація»	05415852	150	8,70
«Товариство з обмеженою відповідальністю «ФАРМАСТОР»	34048360	61	3,54
Товариство з обмеженою відповідальністю «ТАС-Фарма»	16280214	51	2,96
Товариство з обмеженою відповідальністю «ФОЗЗІ-ФАРМ»	31593780	41	2,38
Товариство з обмеженою відповідальністю «ПОДОРОЖНИК КИЇВ»	41199650	40	2,32
Товариство з обмеженою відповідальністю «Фармація Києва»	43648874	38	2,20
Товариство з обмеженою відповідальністю «ПЕРША ФАРМАЦІЯ КИЄВА»	44018640	37	2,15
Товариство з обмеженою відповідальністю «САНТОРІУС УКРАЇНА»	43042473	36	2,09
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптека №1 Трансфарм»	32799279	30	1,74
Товариство з обмеженою відповідальністю «АПТЕКА НИЗЬКИХ	37226619	30	1,74

ЦІН ПЛЮС»			
Товариство з обмеженою відповідальністю «БЛАГОДІЯ»	37833319	30	1,74
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптека низьких цін™»	36853266	29	1,68
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптекарь»	34183689	28	1,62
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптека низьких цін К»	37922217	28	1,62
Товариство з обмеженою відповідальністю «АПТЕКА ДОБРОГО ДНЯ»	39196410	28	1,62
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптека АНЦ»	33549639	27	1,57
Товариство з обмеженою відповідальністю «ЛЮДМИЛА-ФАРМ К°»	25271289	26	1,51
Товариство з обмеженою відповідальністю «Лекфарм»	31449860	25	1,45
Товариство з обмеженою відповідальністю «Анрі-Груп»	42225775	25	1,45
Товариство з обмеженою відповідальністю «АНРІ-ФАРМ»	42654494	23	1,33
Товариство з обмеженою відповідальністю «ЦІНТОРГ ІНВЕСТ»	40438021	20	1,16
Товариство з обмеженою	36865664	19	1,10



відповідальністю «Аптека Мірра»			
Товариство з обмеженою відповідальністю «Віталюкс»	32248361	18	1,04
Товариство з обмеженою відповідальністю «МЕД-СЕРВІС»	32772863	18	1,04
Товариство з обмеженою відповідальністю «Центральна фармацевтична компанія»	38727372	18	1,04
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптека мінеральні води»	33597420	16	0,93
Товариство з обмеженою відповідальністю «Інтелекс»	31392783	14	0,81
Товариство з обмеженою відповідальністю «Сіріус-95»	23512911	13	0,75
Товариство з обмеженою відповідальністю «ГЕЛІАНТУС»	25404052	12	0,70
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптека Гаєвського»	21032062	11	0,64
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптечне об'єднання «Біокон»	34539443	11	0,64
Товариство з обмеженою відповідальністю «Вітамінка»	37606171	11	0,64
Фізичні особи — підприємці		58	3,36

Аналіз складу суб'єктів, які мають понад 10 місць провадження діяльності у Києві та Київській області показали, що деякі з них мають стале положення у обох таблицях. Це такі підприємства як ТОВ «ФАРМАСТОР»,

«ФАРМАЦІЯ КИЇВЩИНИ», ТОВ «ТАС-ФАРМА», ТОВ «ПОДОРОЖНИК КИЇВ», ТОВ «ФОЗЗИ-ФАРМ», ТОВ «АНРІ-ФАРМ» тощо.

Щодо відмінностей у складі ліцензіатів між тими, хто працює у м. Київ та у Київській області слід зазначити, що у Києві значно меншу частку мають фізичні особи — підприємці, лише 3,36% проти 19,35 у Київській області.

Таблиця 2 2

**Перелік суб'єктів, що мають ліцензію на право та роздрібною торгівлі лікарськими засобами у Київській обл. та які мали понад 10 роздрібних точок станом на 1 січня 2022 р.**

Назва підприємства	Код ЄДРПОУ	Кількість торгових точок	%
Товариство з обмеженою відповідальністю «ПОДОРОЖНИК КИЇВ»	41199650	59	5,29
Товариство з обмеженою відповідальністю «ФАРМАЦІЯ КИЇВЩИНИ»	43648942	41	3,67
Товариство з обмеженою відповідальністю «ТАС-Фарма»	16280214	30	2,69
Товариство з обмеженою відповідальністю «Фармаша»	38944805	30	2,69
Товариство з обмеженою відповідальністю «АСТОРІЯ-ФАРМ»	38833236	28	2,51
Товариство з обмеженою відповідальністю «ФОЗЗИ-ФАРМ»	31593780	27	2,42
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптекарь»	34183689	23	2,06
Бориспільська центральна аптека № 24	01977748	22	1,97
Товариство з обмеженою відповідальністю «ФАРМАСТОР»	34048360	18	1,61

Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптека.194»	36108467	16	1,43
Товариство з обмеженою відповідальністю «Вітамін-1»	38182652	16	1,43
Товариство з обмеженою відповідальністю «Смарт-Фармація»	39669610	16	1,43
Товариство з обмеженою відповідальністю «ПЕРША ФАРМАЦІЯ КИЇВЩИНИ»	44155312	16	1,43
Товариство з обмеженою відповідальністю «Вітамінка»	37606171	14	1,25
Товариство з обмеженою відповідальністю «Аптека Гаєвського»	21032062	12	1,08
Мале приватне підприємство фірма «Адоніс»	23241083	12	1,08
Товариство з обмеженою відповідальністю «АНРІ-ФАРМ»	42654494	12	1,08
Товариство з обмеженою відповідальністю «ФК БУДЬТЕ ЗДОРОВІ»	43674527	12	1,08
Товариство з обмеженою відповідальністю «МЕД-СЕРВІС»	32772863	11	0,99
Товариство з обмеженою відповідальністю «ОПТОВА АПТЕКА АЛТЕЯ»	33927544	11	0,99
Товариство з обмеженою відповідальністю «РЕЦЕПТИ ЖИТТЯ»	38358995	11	0,99
Товариство з обмеженою відповідальністю «Центральна фармацевтична компанія»	38727372	11	0,99
Фізичні особи — підприємці		216	19,35

Таблиця 2 3

**Кількісні показники роздрібного сегменту фармацевтичного ринку у  
Києва та Київській обл.**

<b>Показники</b>	<b>м. Київ</b>	<b>Київська обл.</b>
Кількість роздрібних торгових точок	1724	1116
Кількість ліцензіатів ЮО	350	332
Кількість ліцензіатів ФЛП	58	175
Кількість ліцензіатів, які мають понад 10 роздрібних точок	33	22
Частка найбільшого ліцензіата	8,7	5,3
CR3	15,2	11,6

Для оцінки рівня конкуренції розраховали показник ринкової концентрації. Показник концентрації продавців на ринку базуються на зіставленні розміру продавця з розміром ринку, на якому він діє. Чим вищим є рівень ринкової концентрації, тим менш конкурентним є ринок. На підставі використання кількісних показників можна зробити висновок про тип ринку.

Базовими показниками концентрації є стандартний тридольний показник ринкової концентрації – розраховується як сума ринкових часток найбільш великих продавців ринку.

$$CR_l = \sum s_i, \quad (2.1)$$

де  $CR$ – стандартний показник концентрації, %;

$s$ – частка (share) виробництва (продажу) оператору в загальному обсязі випуску (збуту) на ринку;

$l$ – кількість великих (large) операторів ринка,  $i = 1 \dots l$ .

Виокремлюють наступні види показника  $CR$  в залежності від кількості одиниць спостереження:

1) для трьох найбільш великих продавців —  $CR_3$  — трьохчастковий показник концентрації;

2) для чотирьох найбільш великих продавців — чотирьохчастковий показник концентрації та ін. [4, 29]

Розраховані показники  $CR_3$  для Києва становить 15,2%, для Київської області — 11,6%, ці значення відповідають рику чистої або досконалої конкуренції та слабо концентрованому ринку.

Але слід відмітити, що за результатами проведеного аналізу складається не зовсім об'єктивна картина. Аптечні мережі, які працюють на території України іноді містять у своєму складі підприємства, що мають різних власників, але працюють під одним брендом. Це не завжди можна виявити з даних ліцензійного реєстру, але можна припустити, що такі суб'єкти як ТОВ «АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН К», ТОВ «АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН<sup>TM</sup>», ТОВ «Аптека АНЦ», ТОВ «АПТЕКА НИЗЬКИХ ЦІН ПЛЮС» є представниками однієї мережі, але ліцензії на них отримували різні юридичні особи, тому для виявлення дійсного стану конкуренції був застосований метод моніторингу сайтів аптечних мереж.

## **2.2. Аналіз рівня конкуренції у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку окремих регіонів на підставі моніторингу сайтів аптечних мереж, що входять до ТОП-10**

Для отримання більш коректної інформації про стан конкуренції у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України був проведений моніторинг сайтів аптечних мереж, що входять до ТОП-10 за результатами 2021 р. Для визначення загальної кількості роздрібних аптечних точок, до яких входять аптеки та аптечні пункти була використана інформація, опублікована у Щотижневику «Аптека» (Рис. 2.1).

На сайтах аптечних мереж наведена інформація про кількість аптек, з позначенням їхньої локалізації у регіонах. На деяких сайтах, інформація позначена на карті, де в залежності від масштабу можна отримати дані за кожним населеним пунктом окремо або за певним регіоном у цілому [20, 21, 22, 23, 24]. Визначення рівня конкуренції проводили для п'яти областей з

найбільшою кількістю аптек: Київ та Київська область разом, Харківська, Дніпропетровська, Львівська та Одеська області.

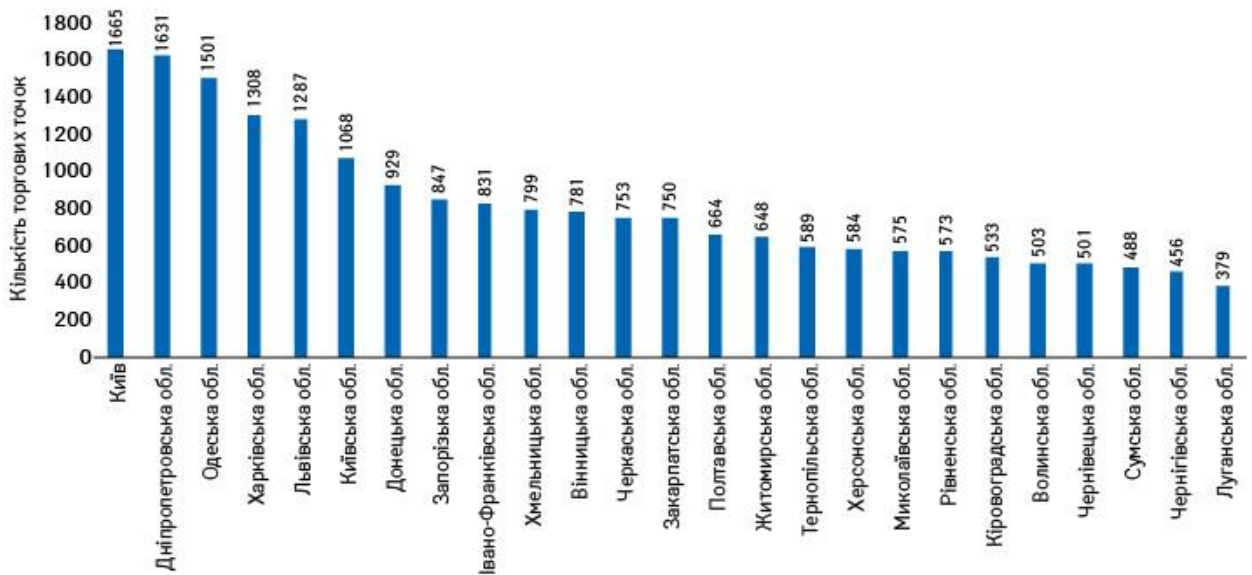


Рис. 2.1. Кількість торгових точок у регіонах України за станом на жовтень 2021 р. [9]

Результати моніторингу представлені у таблиці 2.4, для кожного з регіонів були розраховані частки кожної аптечної мережі.

Таблиця 2 4

**Кількість аптек та їх частка у обраних регіонах України для аптечних мереж, що входять до ТОП-10**

Аптечна мережа (флагманський бренд)	Київська обл.		Харківська обл.		Дніпропетровська обл.		Львівська обл.		Одеська обл.	
	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%
Аптека АНЦ (ТОВ «Аптека-Магнолія»)	164	6,00	64	4,89	80	4,90	-	-	58	3,86
Бажаємо здоров'я («Сіріус-95»)	143	5,23	23	1,76	71	4,35	19	1,48	73	4,86
Аптека 911 («Гамма-55»)	218	7,98	274	20,95	99	6,07	24	1,86	60	4,00
Мережа аптек «Подорожник»	136	4,98	37	2,83	78	4,78	175	13,60	29	1,93
Об'єднання аптечних	39	1,43	9	0,69	33	2,02	-	-	-	-

мереж Аснова										
Аптека Доброго Дня («Фармастор»)	184	6,73	20	1,53	22	1,35	26	2,02	15	1,00
Аптека Мед- сервіс	19	0,70	13	0,99	89	5,46	-	-	18	1,20
Мережа аптек D.S.	16	0,59	-	-	-	-	75	5,83	-	-
Farmacia	19	0,70	5	0,38	-	-	-	-	83	5,53
Здорова родина	9	0,33	-	-	-	-	49	3,81	-	-
Усього торгових точок	2733		1308		1631		1287		1501	

Розрахуємо трьохчастковий та десятичастковий стандартний показник концентрації за формулою 2.1. Результати розрахунку наведені в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Результати розрахунку  $CR_3$  та  $CR_{10}$  для п'яти областей України з найбільшою кількістю роздрібних торгових точок.**

№	Область	$CR_3$	Кількість аптек у ТОП-3	$CR_{10}$	Кількість аптек у ТОП-10
1	Київська	20,71	566	34,65	947
2	Харківська	28,67	375	34,02	445
3	Дніпропетровська	11,53	188	28,94	472
4	Львівська	23,23	299	28,59	368
5	Одеська	14,39	216	22,39	336

Розраховані показники концентрації дають можливість зробити висновок про те, що на ринку існує стан досконалої конкуренції, його можна вважати слабо концентрованим, але у різних областях рівень концентрації суттєво відрізняється. Самим високим є показник концентрації  $CR_3$  у

Харківській області, найменшим — у Дніпропетровській, майже у 2,5 рази менший (Рис.2.2). Таке становище можна пояснити домінуючим положенням у Харківській області аптечної мережі «Аптека 9-1-1», яка одна займає майже 21% регіонального ринку.

До того ж, поступово збільшується кількість аптек, що входять до аптечних мереж, одиночним аптекам з ними дуже важко конкурувати, тому вони або приєднуються до потужних мереж, або купують у них франшизу, щоб зробити своє положення на ринку більш сталим, або бувають вимушені йти з ринку.

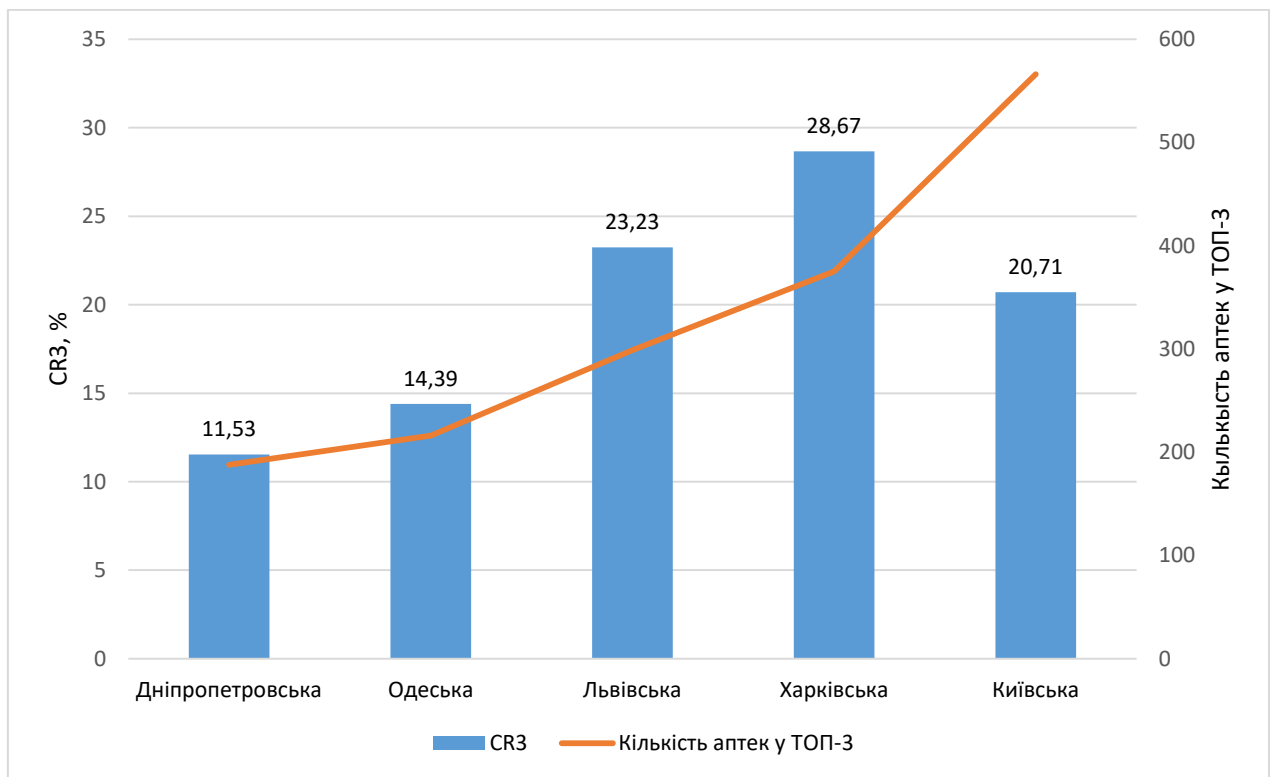


Рис. 2.2. Кількість торгових точок у ТОП-3 у п'яти областях України та розрахований CR<sub>3</sub>.

Аптечні мережі за географічним охопленням прийнято розподіляти на локальні (1 область), регіональні (1 регіон), мультирегіональні (не менше 5 областей у не менш ніж 2 регіонах), національні (усі регіони, не менше 100 торгових точок у не менш ніж 15 областей).



Представленість у різних регіонах України аптечних мереж, що входять до ТОП-10 наведена на рис. 2.3. Дійсно «національними» мережами, представленими у всіх регіонах можна вважати такі: «Аптека доброго дня», «Аптека 9-1-1», Мережа аптек «Подорожник» та «Бажаємо здоров'я», але за наведеною класифікацією до національних можна віднести й мережі «Мед-Сервіс» та «Здорова родина». Інші мережі відносяться до мультирегіональних, представлені здебільшого у окремих регіонах. Так, «Мережа аптек D. S.» має більшу розповсюдженість у Західних регіонах, Аптека АНЦ та об'єднання Аптечних мереж «Аснова» — на Сході та на Півдні.

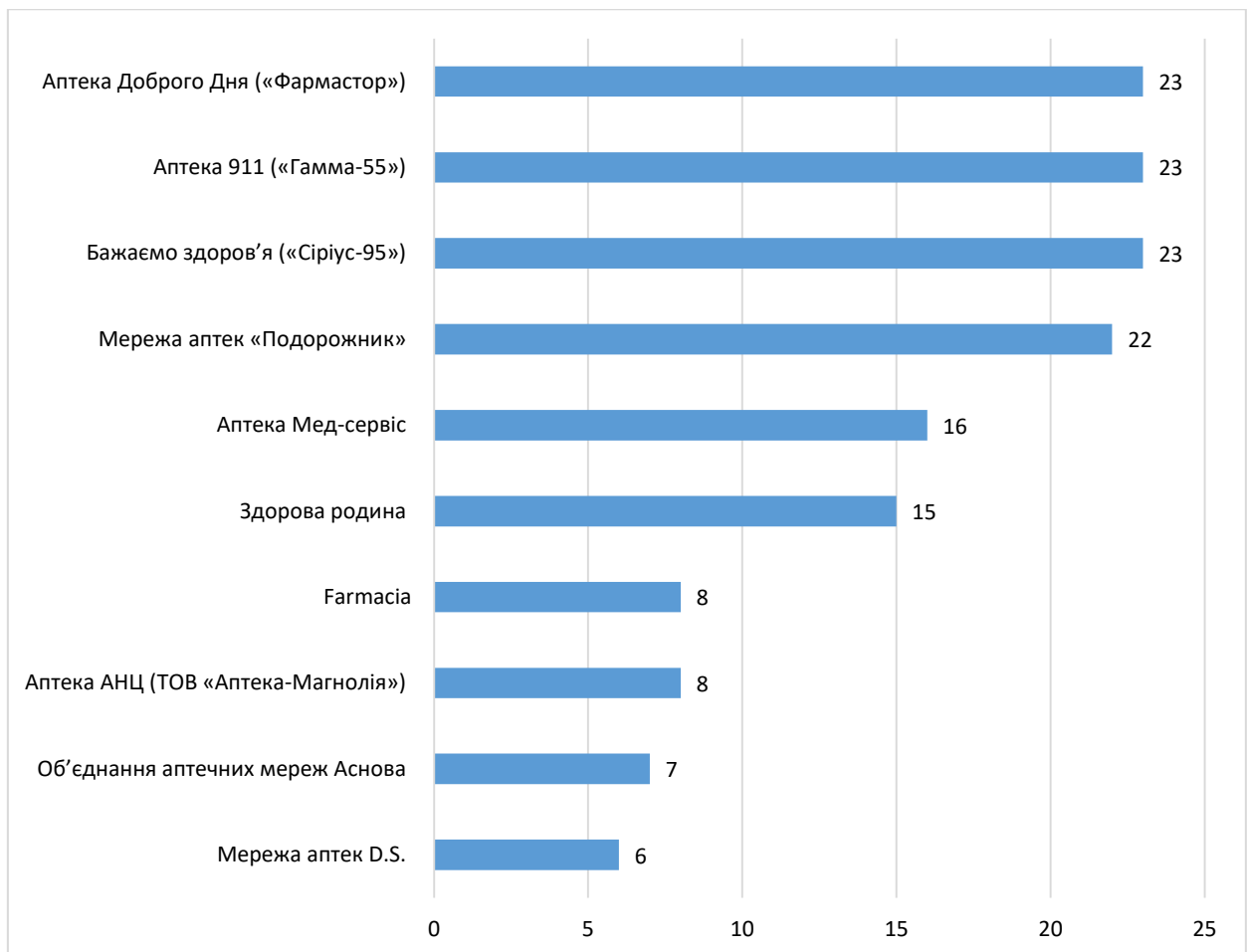


Рис. 2.3. Охоплення областей України аптечними мережами, що входять до ТОП-10

### 2.3. Визначення монопольного становища аптечних мереж з використанням індексу Лінда

Для визначення кількості аптечних мереж, які домінують на роздрібному фармацевтичному ринку, розрахуємо індекс Лінда.

Застосовується у Європі (у країнах ЄС). Цей індекс, як і індекс концентрації, розраховується лише для кількох найбільших фірм і, отже, не враховує ситуації на ринку у цілому. Однак, індекс Лінда орієнтований на облік відмінностей у «ядрі» ринку. Цей індекс потрібен, щоб визначити підприємств-лідерів на ринку та простежити появу монополістів. Якщо значення індексу збільшилось на понад граничне значення ( $\Delta > 200\%$ ), то до найбільших підприємств може бути застосоване антимонопольне законодавство.

Індекс Лінда для двох підприємств визначають за формулою:

$$IL_2 = \frac{s_1}{s_2} \cdot 100\% \quad (2.1) \text{ де,}$$

$IL_2$  – індекс Лінда для двох підприємств;

$s_1$  – ринкова частка першого підприємства, %;

$s_2$  – ринкова частка другого підприємства, % (послідовність підприємств – за зменшенням їхньої ринкової частки) [29, 32].

У разі розрахунку індексу Лінда для трьох фірм  $k_1$ ,  $k_2$ ,  $k_3$  він визначатиметься середньої арифметичної двох співвідношень:

1) відносини частки найбільшої фірми до середньої арифметичної частини другої і третьої за розмірами фірм;

2) відносини середньою арифметичною часткою двох найбільших фірм до частини третьої за розмірами фірми. Таким чином індекс Лінда для трьох підприємств визначають за формулою 2.2:

$$IL3 = \frac{1}{2} * \left( \frac{s1}{\frac{s2 + s3}{2}} + \frac{\frac{s1 + s2}{2}}{s3} \right) \quad (2.2)$$

При розрахунку індексу Лінда для чотирьох фірм  $k_1, k_2, k_3, k_4$  він визначається середньою арифметичною трьох співвідношень:

- 1) відношення частки найбільшої фірми до середньої арифметичної частини трьох наступних за розміром фірм;
- 2) відношення середньої арифметичної частини двох найбільших фірм до середньої арифметичної частини третьої і четвертої фірми;
- 3) відношення середньої арифметичної частини трьох найбільших фірм до частки четвертої фірми.

Таким чином, індекс Лінда для чотирьох підприємств визначають за формулою 2.3:

$$IL4 = \frac{1}{3} * \left( \frac{s1}{\frac{s2 + s3 + s4}{3}} + \frac{\frac{s1 + s2}{2}}{\frac{(s3 + s4)}{2}} + \frac{\frac{s1 + s2 + s3}{3}}{s4} \right) \quad (2.3)$$

Проведемо розрахунки за даними, наведеними у таблиці 2.6 для оцінки динаміки індексу Лінда за два останні роки.

Таблиця 2.6.

**Результати розрахунку індексу Лінда для найбільших аптечних мереж  
України за 2020–2021 рр., %**

Індекс Лінда	2020 рік	2021 рік
для двох підприємств, $IL_2$	129	134
для трьох підприємств, $IL_3$	131	129
для чотирьох підприємств, $IL_4$	153	140

В жодному з випадків індекс Лінда не досягає межі у 200 %, що може свідчити про відсутність ознак олігополії. Значення індексу Лінда у 2020 р. збільшується до  $L_4$ , а у 2021 році спочатку йде зменшення, а потім зростання до 140% для  $L_4$ , на рівні якого відбувається «порушення неперервності показника  $L$ » ( $L_{m+1} > L_m$ ). Це може означати, що саме три найбільші аптечні мережі, а саме, «Аптека-Магнолія», «Сіріус-95» та «Гамма-55» складають «ядро» роздрібного фармацевтичного ринку.

Таблиця 2.5.

**Частка у роздрібних продажах ТОП-10 аптечних мереж в Україні  
у 2020 та 2021 рр.**

№ п/п	Аптечна мережа	Частка в загальномутоварообігу, %	
		2020	2021
1	Аптека-Магнолія	12,6	14,4
2	Сіріус-95***	9,7	10,7
3	Гамма-55	8,8	10,3
4	Подорожник	6,4	8,4
5	Фармастор	4,3	5,0
6	Мед-Сервіс	2,3	4,6
7	Д.С.	2,0	2,7
8	АСНОВА	1,9	2,1
9	Фармація	1,8	2,0
10	Здорова родина	1,5	1,7

## Висновки до розділу 2

1. Проведений аналіз рівня конкуренції на роздрібному фармацевтичному ринку м. Києва та Київської області, заснований на даних ліцензійного реєстру
2. Проведений аналіз кількості роздрібних торгових точок у п'яти областях України: Київській, Харківській, Одеській, Дніпропетровській та Львівській, які належать аптечним мережам, що входять до ТОП-10. Розраховані тричастковий ( $CR_3$ ) та десятичастковий ( $CR_{10}$ ) показники концентрації/
3. Здійснено визначення монопольного становища аптечних мереж з використанням індексу Лінда

## **Розділ 3. ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНЦІЇ НА РОЗДРІБНОМУ ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ**

### **3.1. Прогноз подальшого розвитку аптечних мереж**

Прогнозування — це творчий дослідницький процес, у якого отримують гіпотетичні дані про майбутній стан будь-якого об'єкта, явища, процесу.

До найважливіших методів прогнозування відносяться:

- метод короткострокового прогнозування, заснований на згладжуванні низки (з успіхом застосовується, наприклад, у плануванні щоденної або щотижневої закупівлі товарів, що швидко псуються, або товарів широкої номенклатури, перед закупкою прогнозуються майбутні обсяги продажів);
- метод довгострокового прогнозування, що ґрунтується на виявленні тенденцій розвитку низки (застосовується, наприклад, у прогнозах майбутніх обсягів продажу товару на найближчі періоди (місяць, квартал, півріччя, рік));
- метод експертних оцінок (застосовується у процесі розробки нових товарів, нових технологій, оцінки динаміки курсів валют, інфляції тощо);
- метод «мозкового штурму» (застосовується у процесі розробки нових товарів, нових технологій, там, де необхідні не лише аргументи, а й контраргументи);
- метод прогнозування сценаріїв розвитку (застосовується, наприклад, при виявленні майбутніх дій конкурентів, потенційних покупців, руху товарів, робочої сили; застосовується у політичних та військових дослідженнях).

Серед типів прогнозу виділяють: нормативний прогноз — спрямований з майбутнього на сьогодні; пошуковий прогноз — спрямований із сьогодні на майбутнє та комплексний прогноз, що містить елементи пошукового та нормативного прогнозів. До комплексного прогнозу належать

і адаптивні моделі комбіновані, що поєднують кілька адаптивних моделей; вони передбачають формування базового набору найперспективніших моделей із відносно простою структурою.

Для прогнозу рівня конкуренції на роздрібному фармацевтичному ринку доцільно застосувати різновид комплексного підходу — проблемно-цільовий підхід – це дослідження тенденцій і проблем, що назрівають, і пошук шляхів їх вирішення. Метод відноситься до наукового прогнозування, розроблений В.А. Базаровим-Руднєвим [4, 29].

Дослідження проблем на основі постановки цілей їх вирішення дозволяє побачити хід розвитку проблеми в майбутньому і виявляти тенденції, що назрівають, або причини, які ведуть до проблем. Історично цей напрямок розвивалося в науковій теорії, коли перевірка будь-якої гіпотези здійснювалася уявним моделюванням ситуації в майбутньому. Наприклад, будь-який графік залежності величин від часу показує минуле, сьогодення та майбутнє.

Прогнозування будемо здійснювати за даними щодо часток роздрібних торгових точок, що належать аптечним мережам України, що входять до ТОП-10, а також їхньою часткою у обсязі роздрібного товарообігу.

При прогнозуванні враховували, що з початку війни в Україні закрилися 3992 аптеки, що становить 19% від довоєнного рівня. Прогноз відбувався у відносних показниках, але таке зменшення кількості аптек вплинуло на розподіл часток всередині групи ТОП-10.

Якщо тенденція щодо консолідації аптечних мереж збережеться, то у 2026 році частка ТОП-3 у обсязі роздрібного продажу може становити понад 47% (Рис. 3.1). Це означає, що роздрібний фармацевтичний ринок в Україні може мати ознаки монополістичної конкуренції, а за концентрацією він зміниться зі слабо-концентрованого на помірно-концентрований. Кількість торгових точок трьох лідерів ринку буде становити 35,78% (Рис. 3.2).

Ще більш швидкими темпами зростає доля у товарообігу ТОП-10 аптечних мереж (Рис. 3.3) та частка торгових точок, що їм належать (Рис.3.4).

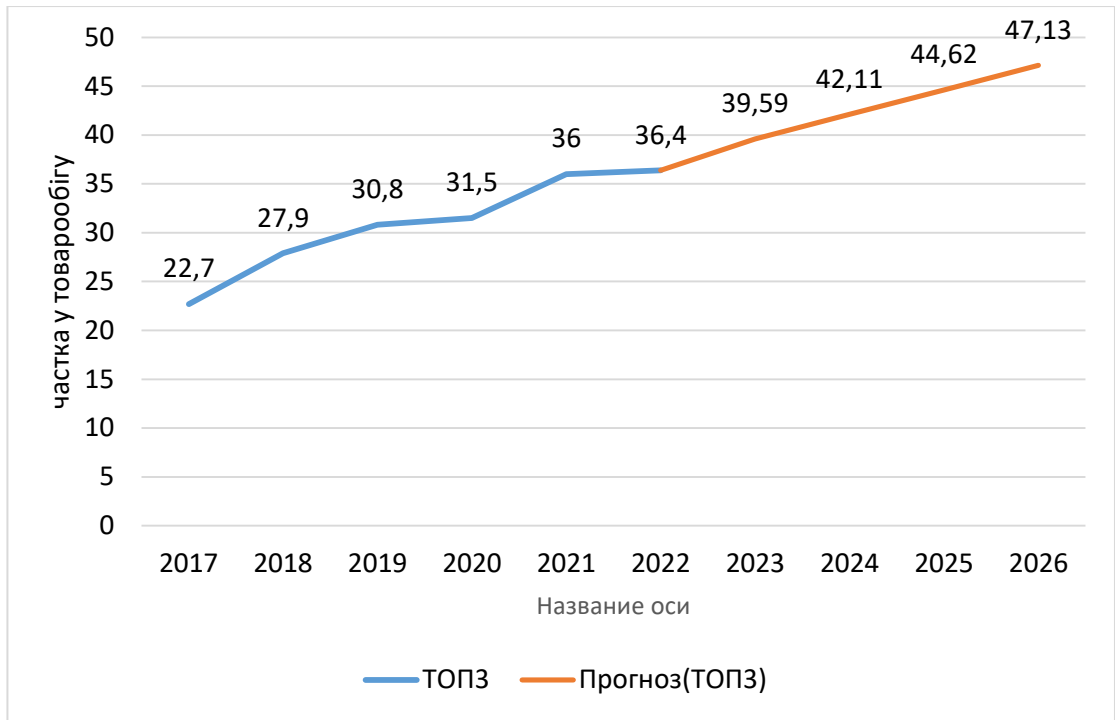


Рис. 3.1. Прогноз частки ринку ТОП-3 у обсязі роздрібного товарообігу на період до 2026 р.

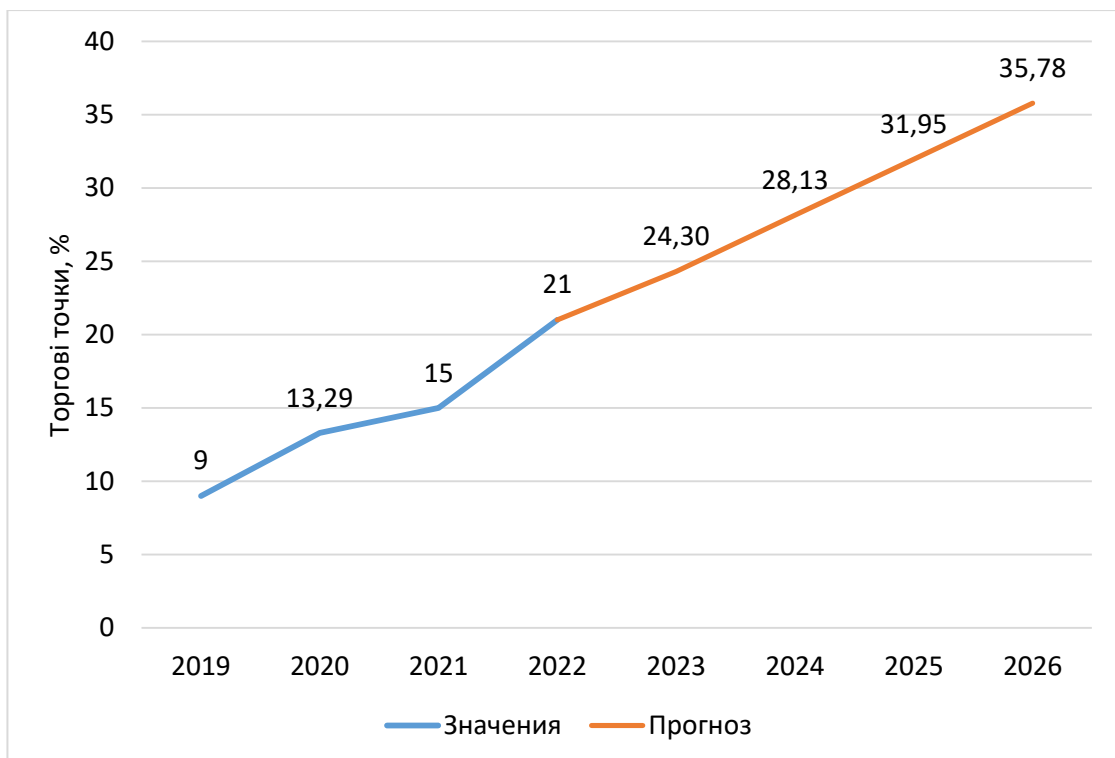


Рис. 3.2. Прогноз частки ринку ТОП-3 за кількістю торгових точок на період до 2026 р.



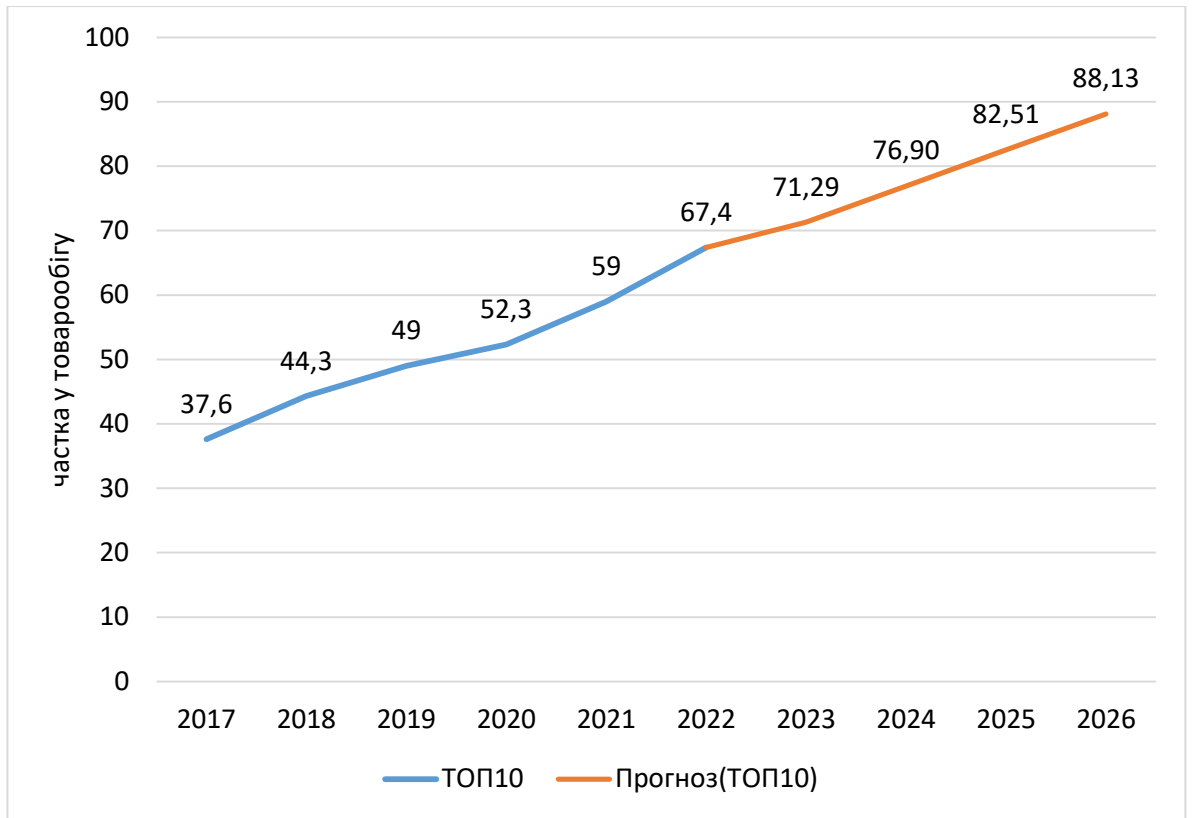


Рис. 3.3. Прогноз частки ринку ТОП-10 у обсязі роздрібного товарообігу на період до 2026 р.

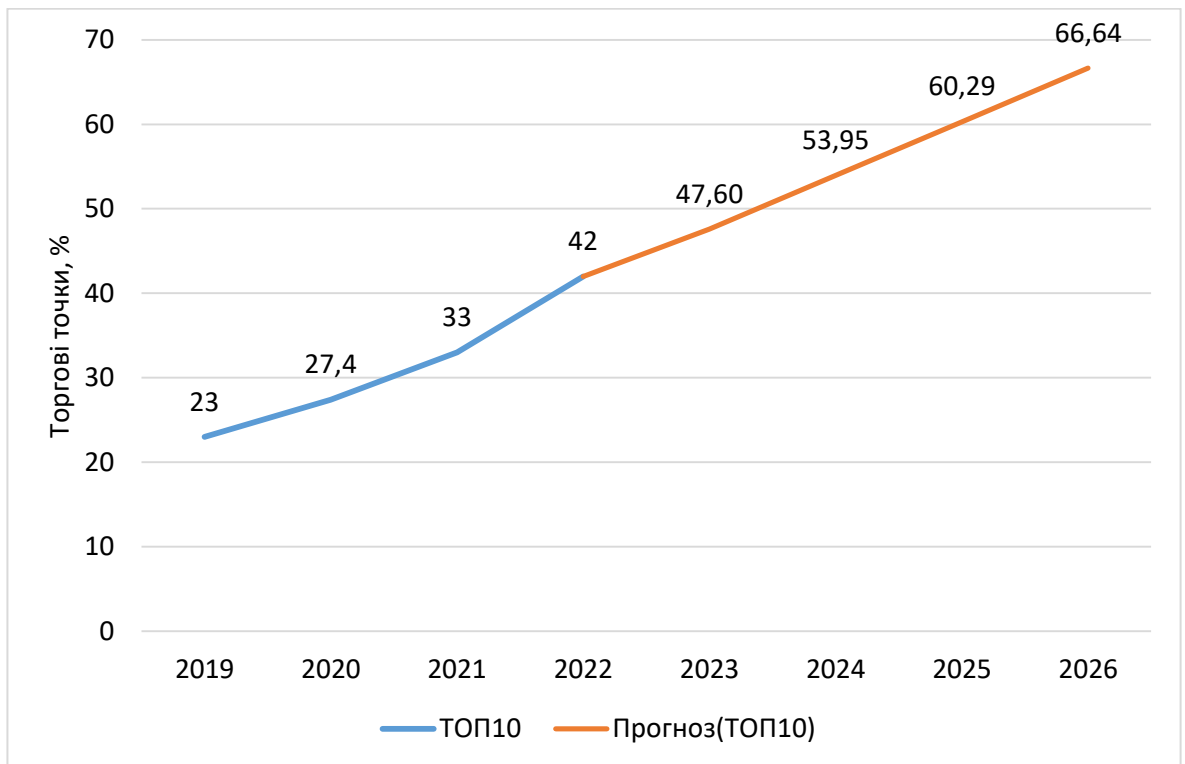


Рис. 3.4. Прогноз частки ринку ТОП-10 за кількістю торгових точок на період до 2026 р.

### **Висновки до розділу 3.**

1. Для проведення прогнозу рівня конкуренції на роздрібному фармацевтичному ринку України був обраний проблемно-цільовий підхід.
2. Був проведений прогноз частки, що займають ТОП-3 та ТОП-10 аптечних мереж в Україні від загальної кількості роздрібних торгових точок та у обсязі роздрібного товарообігу на період до 2026 р. Є вірогідність того, що роздрібний фармацевтичний ринок в Україні може мати ознаки монополістичної конкуренції, а за концентрацією він зміниться зі слабо-концентрованого на помірно-концентрований.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

1. Проведено дослідження теоретичних засад конкуренції, теоретичні засади конкуренції, її економічні моделі та умови їх існування, фактори впливу на конкуренцію та стратегії конкурентної боротьби.
2. Проведено загальний аналіз конкурентної ситуації на фармацевтичному ринку України, у сегментах виробників лікарських засобів, а також у оптовому та роздрібному сегментах.
3. Проведений аналіз рівня конкуренції на роздрібному фармацевтичному ринку м. Києва та Київської області, заснований на даних Державного реєстру суб'єктів, що мають ліцензію на право оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами.
4. Проведений аналіз кількості роздрібних торгових точок у п'яти областях України: Київській, Харківській, Одеській, Дніпропетровській та Львівській, які належать аптечним мережам, що входять до ТОП-10. Розраховані тричастковий ( $CR_3$ ) та десятичастковий ( $CR_{10}$ ) показники концентрації.
5. Здійснено визначення монопольного становища аптечних мереж з використанням індексу Лінда.
6. Був проведений прогноз частки, що займають ТОП-3 та ТОП-10 аптечних мереж в Україні від загальної кількості роздрібних торгових точок та у обсязі роздрібною товарообігу на період до 2026 р. Є вірогідність того, що роздрібний фармацевтичний ринок в Україні може мати ознаки монополістичної конкуренції, а за концентрацією він зміниться зі слабо-концентрованого на помірно-концентрований.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурук А. Ф. Определение сущности понятия конкуренции и проблемы ее измерения. *Вестник НГУ. Серия: Социально-экономические науки*. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-suschnosti-ponyatiya-konkurentsii-i-problemy-ee-izmereniya> (дата обращения: 20.02.2021)
2. Вітюк А. В. Траченко К. Р. Суперечливі тенденції розвитку фармацевтичної промисловості України. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*. 2018. № 6. С. 35–43
3. Власова Н. О., Колчкова О. В. Роздрібні торговельні мережі: регіональні фактори розвитку. монографія. Харків АдВАТМ, 2012. 255 с.
4. Войчак А. В. Маркетингові дослідження : підручник / А. В. Войчак, А. В. Федорченко ; за наук. ред. А. В. Войчака. – К. : КНЕУ, 2007. – 408 с.
5. Воронцова Н. А. Сущность и специфические особенности фармацевтического рынка. *Baikal Research Journal*. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-spetsificheskie-osobennosti-farmatsevticheskogo-rynka> (дата обращения: 19.02.2021).
6. Голда Н. М., Дубик О. І. Конкуренція: теорія і практика. Навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Тернопіль. 2009. 138с.
7. Інфографічний довідник «Фармацевтика України 2020». URL: [https://businessviews.com.ua/ru/get\\_file/id/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2020.pdf](https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2020.pdf) (дата звернення: 29.11.2022).
8. Ким Чан, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков ; пер. с англ. И. Ющенко. – 4-е изд.: Манн, Иванов и Фербер; Москва; 2014. 283 с.
9. Кірсанов Д. Інфраструктура аптечного ритейлу: тренд на відновлення екстенсивної консолідації. Щотижневик «Аптека». 2021. № 50 (1321)

27. URL: <https://www.apteka.ua/article/622632> (дата звернення 12.11.2022)
10. Клунок Н. С. Модель управління у фармацевтичній компанії на основі стратегічного аналізу ситуацій. *Економіка промисловості*, 2011. №4, С. 122–130.
11. Ковінько О. М., Стахова А. І., Вовк А. П. Фармацевтичний ринок України як рушійний важіль розвитку економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 2017. №11, С. 56–59.
12. Костюк Г. В., Коваленко А. В., Конкуренстоспроможність фармацевтичної промисловості України. *Ефективна економіка*. 2013. № 11. С. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2547#:~:text=%D0%A3%20>
13. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб.: Питер, 2006. 464 с
14. Крупнейшие аптечные сети Украины по итогам 2020 года. URL: <https://retailers.ua/news/management/11317-krupneyshie-aptechnyie-seti-ukrainyi-po-itogam-2020-goda> 622632 (дата звернення 12.11.2022)
15. Ломійчук В. Огляд фармацевтичного ринку України. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/yak-farmaceutika-v-ukrajini-perezhivaye-krizita-uspishno-zrostaе-50031532.html> (дата звернення 12.11.2022)
16. Матвіїв О. В. Кластеризація фармацевтичної галузі як метод зміцнення її фінансовоінвестиційного потенціалу. Актуальні проблеми економіки. 2014. №8, 81–89. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2014\\_8\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_8_11) (дата звернення 29.11.2022).
17. Мех О. А. Інноваційно-соціальні аспекти розвитку фармацевтичної галузі України: монографія. Київ, 2008. 408 с.
18. Моголова А. Ю., Григолая Я. Д. Сучасний стан та перспективи дистрибуції на фармацевтичному ринку України. *Ефективна економіка*. 2021. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.1.2.

- 19.Огляд фармринку за підсумками 2020 р. щотижневик «Аптека». 2021.  
URL: <https://www.apteka.ua/article/580346> (дата звернення: 29. 11. 2022).
- 20.Офіційний сайт аптечної мережі «D. S.». URL: <https://apteka-ds.com.ua/>  
(дата звернення 01.11.2022)
- 21.Офіційний сайт аптечної мережі «Аптека 9-1-1». Аптека 9-1-1 - Онлайн супермаркет здоров'я. URL: <https://apteka911.ua/ua> (дата звернення 01.11.2022)
- 22.Офіційний сайт аптечної мережі «Аптека АНЦ». URL: <https://anc.ua/ru>  
(дата звернення 01.11.2022)
- 23.Офіційний сайт аптечної мережі «Мед-Сервіс». URL: <https://med-service.com.ua/> (дата звернення 01.11.2022)
- 24.Офіційний сайт аптечної мережі «Подорожник». URL:  
<https://podorozhnyk.com/> (дата звернення 01.11.2022)
- 25.Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL:  
<http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 29. 11. 2022).
- 26.Офіційний сайт Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками URL: <https://www.dls.gov.ua/> (дата звернення 20. 10. 2022).
- 27.Симоненко К. ТОП-10 аптечних мереж за товарообігом та інші підсумки фармринку-2021. URL.: <https://rau.ua/novyni/top-10-aptechnih-merezh-2021/> 622632 (дата звернення 12.11.2022)
- 28.Фролова Г. І., Фролова В. Ю. Конкурентоспроможність підприємств фармацевтичної галузі України. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2012. № 1(17). С. 146–152
- 29.Чемберлен Э. Теория монополистической конкуренции. М.: Соцэкгиз, 1959. 382 с.
- 30.Шандрівська О. Є., Цветковська А. В. Дослідження фармацевтичного ринку України: у фокусі концентрація ринку. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія Проблеми економіки та управління* С. 56–68

31. Юданов А. Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебно-практическое пособие. 2-е изд. Исправ. и доп. М. Издательство "Гном-пресс", 1998.
32. Bresnahan T. F. The oligopoly solution concept is identified. *Economic Letters* 10. 1982. Vol. 10. P. 87–92.
33. Global Use of Medicines in 2020. Report by the IMS Institute for Healthcare Informatics. URL: <https://www.iqvia.com/-/media/iqvia/pdfs/institute-reports/global-medicines-use-in-2020>
34. Philip Kotler. «Marketing for Nonprofit Organizations». Englewood Cliffs, NJ: «Prentice-Hall», 1982, P. 303–304.
35. Sutton J. Sunk costs and market structure : price competition, advertising, and the evolution of concentration. Cambridge : MIT Press, 1991. 577 p.
36. Sutton J. Technology and market structure : theory and history / John Sutton. Cambridge : MIT Press, 1998. – 676 p.

## **ДОДАТКИ**



Міністерство охорони здоров'я України  
 Ministry of Health of Ukraine  
 Національний фармацевтичний університет  
 National University of Pharmacy  
 Кафедра заводської технології ліків  
 Industrial technology of drugs  
 Кафедра технології ліків  
 Technology of drugs



# СЕРТИФІКАТ

## CERTIFICATE

**№ 208**

Цим засвідчується, що  
 This is to certify that

**Романько Є. С.**

брав(ла) участь у роботі VII Міжнародної  
 науково-практичної Інтернет-конференції  
*participated in the VII International scientific and  
 practical internet conference*

**ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА БІОФАРМАЦЕВТИЧНІ  
 АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ЛІКАРСЬКИХ  
 ПРЕПАРАТІВ РІЗНОЇ НАПРАВЛЕНОСТІ ДІЇ**

**TECHNOLOGICAL AND BIOPHARMACEUTICAL ASPECTS OF THE  
 CREATION OF DRUGS OF DIFFERENT DIRECTIONS OF ACTION**

24-25 листопада 2022 року, м. Харків  
*November 24-25, 2022, Kharkiv*

Ректор НаФУ,  
 проф.  
 Rector of  
 prof.




**Алла КОТВИЦЬКА**

Alla KOTVITSKA



Міністерство охорони здоров'я України  
 Ministry of Health of Ukraine  
 Національний фармацевтичний університет  
 National University of Pharmacy  
 Кафедра заводської технології ліків  
 Industrial Technology of Drugs department  
 Кафедра технології ліків  
 Technology of Drugs department  
 Ліцензія: Наказ МОН від 16.09.2020 № 418  
 License: MH ORDER 16.09.2020 NO. 418



# СЕРТИФІКАТ

## CERTIFICATE

**№ 208**

Цим засвідчується, що  
 This is to certify that

**Романько Є. С.**

25 листопада 2022 року взяв (ла) участь у практичному тренінгу, який включав наступні вебінари:

**«Оптимізація технології мазей  
 в умовах аптек»  
 «Огляд роботи екстемпоральної аптеки  
 в Норвегії»**

Загальною тривалістю 15 годин (0,5 кредиту ЄКТС), з яких 7 годин практичної сесії та 8 годин самостійної роботи.

**Результат навчання:** отримання знання та вміння з упровадження засобів малої механізації при отриманні м'яких лікарських засобів в аптеці; з визначання критичних точок технології м'яких лікарських форм та правил роботи з технологічним обладнанням «Unguator»; знання та вміння з основних підходів щодо виготовлення лікарських форм у виробничих аптеках Норвегії.

Ректор Нафау  
 проф.   
 Rector of NUP



Алла КОТВИЦЬКА



**Аналіз конкурентної ситуації у роздрібному сегменті  
фармацевтичного ринку України**

**Шуванова Є. В., Романько Є. С.**

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

shuvanovaev@gmail.com

**Вступ.** Моніторинг інтенсивності конкуренції дозволяє встановити тенденцію розвитку ринку, на основі якої можна дати оцінку його привабливості та перспективності, ідентифікувати вільні ринкові сегменти.

**Мета дослідження.** Метою роботи був аналіз рівня конкуренції у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України.

**Методи та об'єкти дослідження.** Для проведення аналізу був застосований метод спостереження та використані матеріали, опубліковані в Щотижневику «Аптека», засновані на даних компанії «Proxima Research» та синдикативної бази даних «Ахіота». Оцінка рівня конкуренції проводилася за допомогою розрахунку стандартного тридольного показника концентрації.

**Основні результати.** Оцінити стан конкуренції можна за допомогою таких індикаторів як стандартний показник концентрації ( $CR_1$ ) та Індекс Херфіндала-Хіршмана (ННІ), що ґрунтуються на використанні значень часток ринку учасників. У разі підвищення цих індикаторів значення показників концентрації зростають, у разі їх зниження — падають. Стандартний тридольний показник концентрації —  $CR_3$  розраховується як сума часток ринку трьох найбільших компаній. Були розраховані значення  $CR_3$  для трьох найбільших за обсягами продажів аптечних мереж України, до яких належать «Аптека-Магнолія», «Сіріус-95» та «Гамма-55». Період спостереження склав чотири роки, з 2018 до кінця 2021. Якщо 2018 р.,  $CR_3$  становив 22,7 то вже на кінець 2021 р. він склав 34,4%, тобто відбулося зростання показника  $CR_3$  на 10,7%. Склад трійки лідерів залишається незмінним, але відбулися зміни у рейтингових позиціях. У 2021 р. «Гамма-55» посіла друге місце, відтіснивши на третє «Сіріус-95». Разом ці три мережі володіють 15% роздрібних точок на фармацевтичному ринку України. В даний момент ринок можна характеризувати як слабо концентрований, а тип ринку — досконала конкуренція.

**Висновки.** Дослідження рівня конкуренції на роздрібному фармацевтичному ринку України показують, неспинне зростання частки трьох лідерів ринку, що свідчить про посилення ринкової концентрації. Спостерігається поступова консолідація роздрібного сегменту, де потужні мережі продовжують активно нарощувати кількість торгових точок.

**Національний фармацевтичний університет**

Факультет фармацевтичних технологій та менеджменту  
Кафедра фармацевтичного менеджменту та маркетингу  
Ступінь вищої освіти магістр  
Спеціальність 226 Фармація, промислова фармація  
Освітня програма Фармація

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
**Завідувач кафедри**  
фармацевтичного  
менеджменту та маркетингу

**Володимир МАЛИЙ**  
«01» вересня 2022 року

**ЗАВДАННЯ**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ**

**Єгора РОМАНЬКО**

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України»  
керівник кваліфікаційної роботи: Олена ШУВАНОВА, к.фарм.н.  
затверджений наказом НФаУ від «14» жовтня 2022 року № 227
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи: грудень 2022 р.
3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: наукова та фахова література, дані Ліцензійного реєстру з роздрібною реалізацією лікарських засобів, статистичні дані щодо кількості роздрібних точок у аптечних мереж України, що входять до ТОП-10 за обсягами продажів.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): провести загальний аналіз конкурентної ситуації на фармацевтичному ринку України, у сегментах виробників лікарських засобів, а також у оптовому та роздрібному сегментах; проаналізувати рівень конкуренції на роздрібному фармацевтичному ринку м. Кисва та Київської області, із застосуванням на даних ліцензійного реєстру; проаналізувати кількості роздрібних торгових точок у Київській, Харківській, Одеській, Дніпропетровській та Львівській областях, які належать аптечним мережам, що входять до ТОП-10; провести прогнозування частки, що можуть займати ТОП-3 та ТОП-10 аптечних мереж в Україні від загальної кількості роздрібних торгових точок та у обсязі роздрібною товарообігу на період до 2026 р.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунків — 11, таблиць — 10

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Олена ШУВАНОВА, асистент кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу	01 вересня 2022 р.	01 вересня 2022 р.
2	Олена ШУВАНОВА, асистент кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу	01 жовтня 2022 р.	01 жовтня 2022 р.
3	Олена ШУВАНОВА, асистент кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу	01 жовтня 2022р.	01 жовтня 2022 р.

7. Дата видачі завдання: « 01 » вересня 2022 року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1	Опрацювати наукову та фахову літературу, нормативно-правову базу, інформацію з інтернет-джерел та оформити перший розділ	вересень 2022 р.	<b>виконано</b>
2	Провести аналіз Ліцензійного реєстру з роздрібною реалізацією лікарських засобів у Києві та Київській обл.	жовтень 2022 р.	<b>виконано</b>
3	Провести моніторинг веб-сайтів аптечних мереж для з'ясування кількості аптек у визначених регіонах	листопад 2022 р.	<b>виконано</b>
4	Провести прогнозування подальшої динаміки розвитку аптечних мереж в Україні до 2026 р.	листопад 2022 р.	<b>виконано</b>
5	Оформити кваліфікаційну роботу. Підготувати доповідь та слайди до захисту	грудень 2022 р.	<b>виконано</b>

Здобувач вищої освіти \_\_\_\_\_

Єгор РОМАНЬКО

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

Олена ШУВАНОВА



**ВИТЯГ З НАКАЗУ № 227**  
по Національному фармацевтичному університету  
від 14 жовтня 2022 року

Про затвердження тем кваліфікаційних робіт

**Затвердити теми кваліфікаційних робіт, керівників-консультантів та рецензентів здобувачам вищої освіти 5 курсу, спеціальність – 226 Фармація, промислова фармація, освітня програма – Фармація (для осіб, що мають ОКР «молодший спеціаліст» за напрямом «Медицина»), ступінь вищої освіти – магістр, термін навчання – 4 р. 6 міс., заочна форма.**

Прізвище, ім'я по батькові здобувача вищої освіти	Тема кваліфікаційної роботи (українською мовою)	Тема кваліфікаційної роботи (англійською мовою)	Керівник кваліфікаційної роботи	Рецензент кваліфікаційної роботи
Романько Єгор Сергійович	Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України	Analysis of the competitive situation on the retail pharmaceutical market of Ukraine	к.фарм.н., асистент кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу Шуванова О. В.	д.фарм.н., професор закладу вищої освіти кафедри організації та економіки фармації Панфілова Г.Л.

Ректор

Алла КОТВИЦЬКА

Вірно:

Декан факультету фармацевтичних технологій та менеджменту



Наталія ЖИВОРА

**ВИСНОВОК**

**Комісії з академічної доброчесності про проведену експертизу  
щодо академічного плагіату у кваліфікаційній роботі  
здобувача вищої освіти**

№ 110575 від «23» грудня 2022 р.

Проаналізувавши випускну кваліфікаційну роботу за магістерським рівнем здобувача вищої освіти заочної форми навчання Романька Єгора Сергійовича, 5 курсу, \_\_\_\_\_ групи, спеціальності 226 Фармація, промислова фармація, на тему: «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України / Analysis of the competitive situation on the retail pharmaceutical market of Ukraine», Комісія з академічної доброчесності дійшла висновку, що робота, представлена до Екзаменаційної комісії для захисту, виконана самостійно і не містить елементів академічного плагіату (копіляції).

**Голова комісії,  
професор**



**Ірина ВЛАДИМИРОВА**

**5%**

**13%**

**ВІДГУК**

**наукового керівника на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти  
магістр, спеціальності 226 Фармація, промислова фармація**

**Єгора РОМАНЬКО**

**на тему: «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному  
фармацевтичному ринку України».**

**Актуальність теми.** У роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України відбувається жорстка конкурентна боротьба, в ході якої найпотужніші представники роздрібною сегмента, поглинають своїх менш успішних конкурентів та поступово захоплюють ринок. Це може впливати на подальший розвиток галузі та зміну мотивації підприємців до провадження підприємницької діяльності. Саме тому тема «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України» є актуальною.

**Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість.** Отримані результати дослідження, а саме, зміна структури та прогноз зміни кількісних показників фармацевтичного ринку можуть бути корисними і використовуватися суб'єктами господарювання для планування своєї діяльності, що допоможе підвищити їх конкурентоздатність.

**Оцінка роботи.** Кваліфікаційна робота Єгора РОМАНЬКО є комплексним науковим дослідженням, яке виконане на відповідному науковому рівні і за актуальністю теми, практичною значущістю, отриманими результатами та висновками заслуговує на позитивну оцінку.

**Загальний висновок та рекомендації про допуск до захисту.** Кваліфікаційна робота ступеня вищої освіти магістр спеціальності 226 Фармація, промислова фармація Єгора РОМАНЬКО на тему: «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України» є завершеним науковим дослідженням, яке за актуальністю, теоретичним та практичним значенням відповідає вимогам щодо кваліфікаційних робіт і може бути представлена до ЕК НФаУ.

Науковий керівник

\_\_\_\_\_ Олена ШУВАНОВА

«07» грудня 2022 р.



**РЕЦЕНЗІЯ**

**на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти магістр, спеціальності  
226 Фармація, промислова фармація**

**Єгора РОМАНЬКО**

**на тему: «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному  
фармацевтичному ринку України».**

**Актуальність теми.** Метою роботи є аналіз структури роздрібного фармацевтичного ринку у визначених регіонах та визначення основних тенденцій, які спостерігаються. Для суб'єктів фармацевтичного ринку дуже важливим є відслідковування рівня конкуренції та динаміка розподілу ринку між окремими підприємствами. Тому тема «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України» є актуальною.

**Теоретичний рівень роботи.** Були досліджені показники ринкової концентрації у визначених регіонах та прослідковано відмінності між ними. Розрахований індекс Лінда дозволяє визначити «ядро» роздрібного ринку.

**Пропозиції автора з теми дослідження.** Отримані результати дослідження, які стосуються прогнозу зміни конкурентної ситуації у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України можуть бути корисними і використовуватися суб'єктами господарювання для планування своєї діяльності, що допоможе підвищити їх конкурентоспроможність..

**Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість.** Отримані результати базуються на статистичних даних та засновані на даних спостереження, яке охоплює понад п'ять років, що дозволяє вважати прогноз обґрунтованим.

**Недоліки роботи.** Як зауваження слід відмітити, що окремі результати дослідження потребують стилістичного доопрацювання. В цілому зазначені зауваження не зменшують наукової та практичної цінності кваліфікаційної роботи.

**Загальний висновок і оцінка роботи.** Кваліфікаційна робота Єгора РОМАНЬКО на тему: «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України» є науково-обґрунтованим аналітичним дослідженням, яке має теоретичне та практичне значення. Кваліфікаційна робота відповідає вимогам, які висуваються до кваліфікаційних робіт ступеня вищої освіти магістр, і може бути представлена до ЕК Національного фармацевтичного університету.

Рецензент \_\_\_\_\_

проф. Ганна ПАНФІЛОВА

«14» грудня 2022 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ № 6**

19 грудня 2022 року

м. Харків

**засідання кафедри фармацевтичного  
менеджменту та маркетингу**

**Голова:** завідувач кафедри ФММ, доктор фарм. наук, професор Малий В.В.

**Секретар:** доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Жадько С.В.

**ПРИСУТНІ:** зав. кафедри ФММ, доктор фарм. наук, проф. Малий В.В., професор ЗВО, докт. фарм. наук, проф. Слободянюк М.М., професор ЗВО, професор ЗВО, докт. фарм. наук, проф. Пестун І.В., , професор ЗВО, докт. фарм. наук, проф. Ткачова О.В., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Рогуля О.Ю., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Жадько С.В., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Бондарева І.В., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Малініна Н.Г., доцент ЗВО, канд. фарм. наук, доц. Бабічева Г.С., асистент ЗВО, канд. фарм. наук Шуванова О.В., асистент, канд. фарм. наук Чегринець А.А., асистент, канд. фарм. наук Ткаченко І.В., здобувачі вищої освіти випускного курсу спеціальності 226 Фармація, освітньої програми Фармація.

**ПОРЯДОК ДЕННИЙ:** Про допуск здобувачів вищої освіти факультету фармацевтичних технологій та менеджменту випускного курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація, освітньої програми Фармація до захисту кваліфікаційних робіт в Екзаменаційній комісії НФаУ.

**СЛУХАЛИ:** Про допуск здобувача вищої освіти факультету фармацевтичних технологій та менеджменту випускного курсу спеціальності 226 Фармація, промислова фармація освітньої програми Фармація групи Фм18(4,5з)мед-02а Єгора РОМАНЬКО до захисту кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії НФаУ. Кваліфікаційна робота на тему «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України».

**ВИСТУПИЛИ:** В обговоренні кваліфікаційної роботи взяли участь проф. ЗВО Пестун І.В., доц. ЗВО Малініна Н.Г., доц. ЗВО Бабічева Г.С. Керівник кваліфікаційної роботи: фарм. наук, ас. Шуванова О.В.

**УХВАЛИЛИ:** Допустити здобувача вищої освіти Єгора РОМАНЬКО до захисту кваліфікаційної роботи на тему «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України» в Екзаменаційній комісії НФаУ.

Зав. каф. ФММ, доктор фарм. наук,  
професор

Володимир МАЛИЙ

Секретар,  
доцент ЗВО,  
канд. фарм. наук, доцент

Світлана ЖАДЬКО

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ПОДАННЯ  
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ  
ЩОДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

Направляється здобувач вищої освіти Єгор РОМАНЬКО до захисту кваліфікаційної роботи за галуззю знань 22 Охорона здоров'я спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація освітньою програмою Фармація на тему: «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України».

Кваліфікаційна робота і рецензія додаються.

Декан факультету \_\_\_\_\_ / Наталія ЖИВОРА/

**Висновок керівника кваліфікаційної роботи**

Здобувач вищої освіти Єгор РОМАНЬКО виконав на кафедрі фармацевтичного менеджменту та маркетингу НФаУ кваліфікаційну роботу, яка присвячена аналізу конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України. У першому розділі роботи представлено теоретичний аналіз поняття конкуренції та основних конкурентних стратегій. В аналітичній частині проведений аналіз кількості роздрібних торгових точок у Київській, Харківській, Одеській, Дніпропетровській та Львівській областях, які належать аптечним мережам, що входять до ТОП-10; проведено прогнозування частки, що можуть займати ТОП-3 та ТОП-10 аптечних мереж в Україні від загальної кількості роздрібних торгових точок та у обсязі роздрібногo товарообігу на період до 2026 р. У цілому подана до захисту кваліфікаційна робота Єгора РОМАНЬКО на тему «Аналіз конкурентної ситуації на роздрібному фармацевтичному ринку України» відповідає вимогам, що висуваються до кваліфікаційних робіт, оцінюється позитивно і може бути рекомендована для захисту в Екзаменаційну комісію НФаУ.

Керівник кваліфікаційної роботи

Олена ШУВАНОВА

«07» грудня 2022 р.

**Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу**

Кваліфікаційну роботу розглянуто. Здобувач вищої освіти Єгор РОМАНЬКО допускається до захисту даної кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри  
фармацевтичного менеджменту та маркетингу

Володимир МАЛИЙ

«19» грудня 2022 року

Кваліфікаційну роботу захищено

у Екзаменаційній комісії

« \_\_\_\_ » лютого 2023 р.

З оцінкою \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії,

доктор фармацевтичних наук, професор

\_\_\_\_\_ / Володимир ЯКОВЕНКО /