

**Основные категории:  
рынок, спрос, предложение.  
Тенденции развития фармацевтического  
рынка Украины**

**Барнатович Светлана Васильевна  
кандидат фармацевтических наук, доцент**

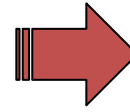
# MARKETING



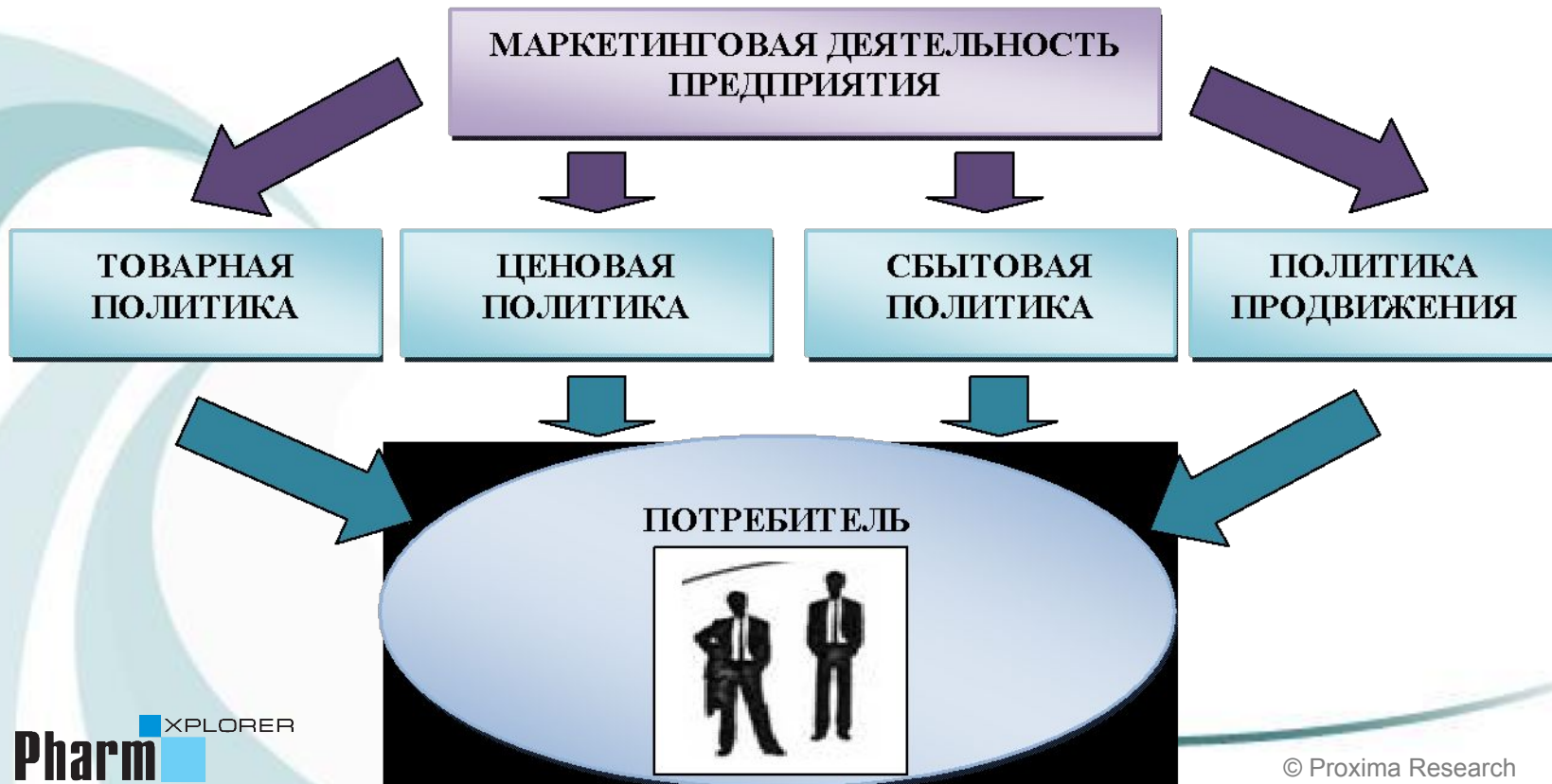
вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение запросов и желаний потребителей посредством обмена



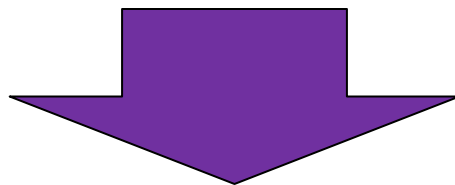
# Составляющие комплекса маркетинга



## Marketing Mix



**Цель предпринимателя** и стимул  
его деятельности  
- **получение** собственной **выгоды**  
**путем** максимального  
**удовлетворения потребности**  
покупателя, подкрепленной его  
платежеспособностью

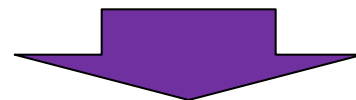


**Изучение потребностей** людей –  
важнейшая **задача маркетинга**

# Характеристика понятий: потребность, спрос, предложение



ПОТРЕБНОСТЬ



это нужда в чем-либо,  
объективно необходимом  
для жизнедеятельности и  
развития личности,  
социальной группы,  
общества в целом

# Характеристика понятий:



**Спрос**  
(англ. *demand*)



это общественная или личная потребность в материальных благах и услугах, в средствах производства и предметах потребления, обеспеченная денежными средствами

**Спрос** – это потребность потребителя, подкрепленная его покупательской способностью или платежеспособная потребность



**Спрос – величина определенная.  
Его можно изучить, подсчитать,  
прогнозировать и планировать**



**Величина спроса – количество товара,  
которое покупатели готовы купить по данной  
цене в определённое время и в определённом  
месте**

## Величина спроса на товар определяется влиянием таких факторов:



- потребность покупателя в данном товаре
- доход потребителя
- цена на данный товар
- цена на товар-аналог
- цена на дополнительный товар
- покупательная способность потребителя
- мнение потребителя относительно перспектив его экономического благосостояния

Зависимость объема спроса от определяющих его факторов называют *функцией спроса*



## Характеристика понятий:



**Предложение**  
(англ. *supply*)

это способность и желание продавцов предложить определенное количество товара по данной цене в определенный период времени

**Величина предложения** – количество товаров, которое продавцы хотят и могут продать по данной цене

**Функция предложения** заключается в том, чтобы связать производство с потреблением, продажу товаров с их покупкой

# Основные объективные экономические законы рынка



закон спроса и предложения

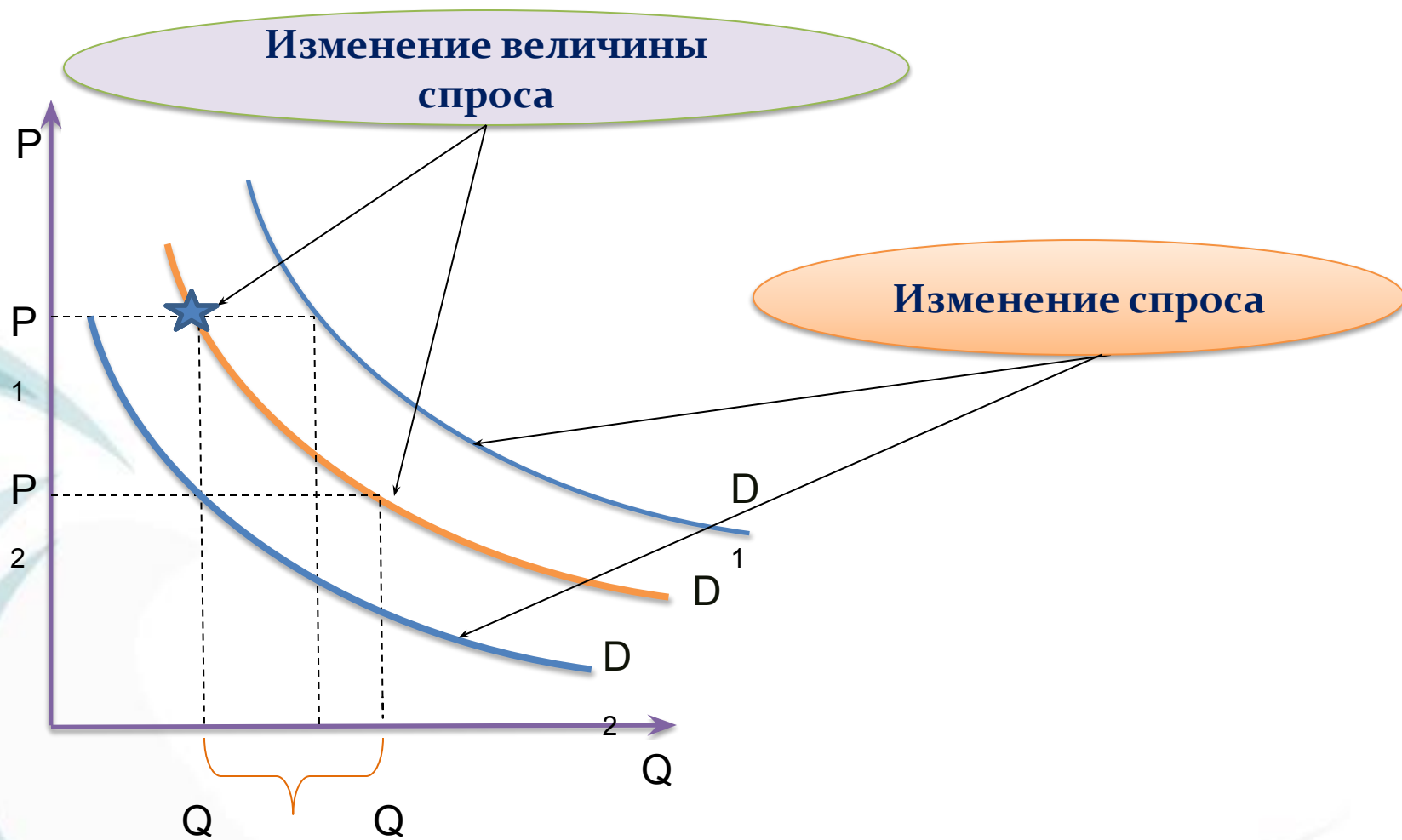
Инструменты рынка — спрос  
предложение  
цена

# Закон спроса

*При прочих равных условиях  
между ценой на товар  
и величиной спроса существует  
обратная зависимость*

**Когда цены растут, спрос падает**

# График зависимости спроса от цены (кривая спроса)



P (price) – цена;

Q (quantity) – количество спроса, или объём  
спроса; D (demand) – спрос

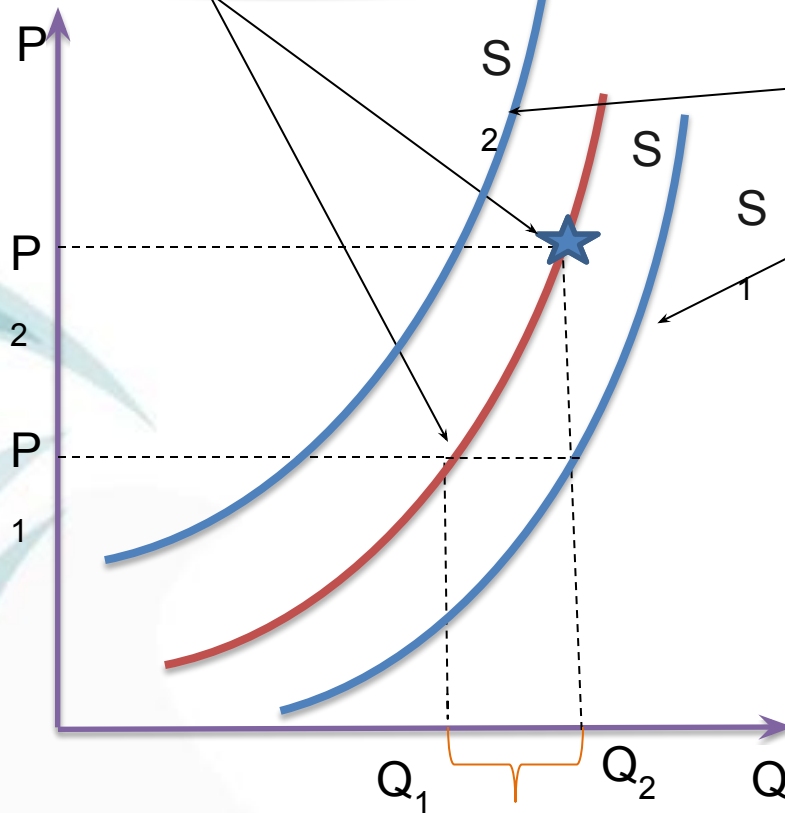
# Закон предложения

*При прочих равных условиях между ценой на товар и величиной предложения существует прямая зависимость, т.е. увеличение цены приводит к повышению предложения, и наоборот*

**Когда растёт цена,  
предложение тоже растёт.**

# График зависимости предложения от цены

Изменение величины предложения



Изменение предложения



P (price) – цена; Q (quantity) – количество предложения; S (supply) – предложение.



# Механизм функционирования рынка основан на взаимодействии его основных элементов

Спрос,  
предъявляемый  
потребителями

Предложение со  
стороны  
производителей

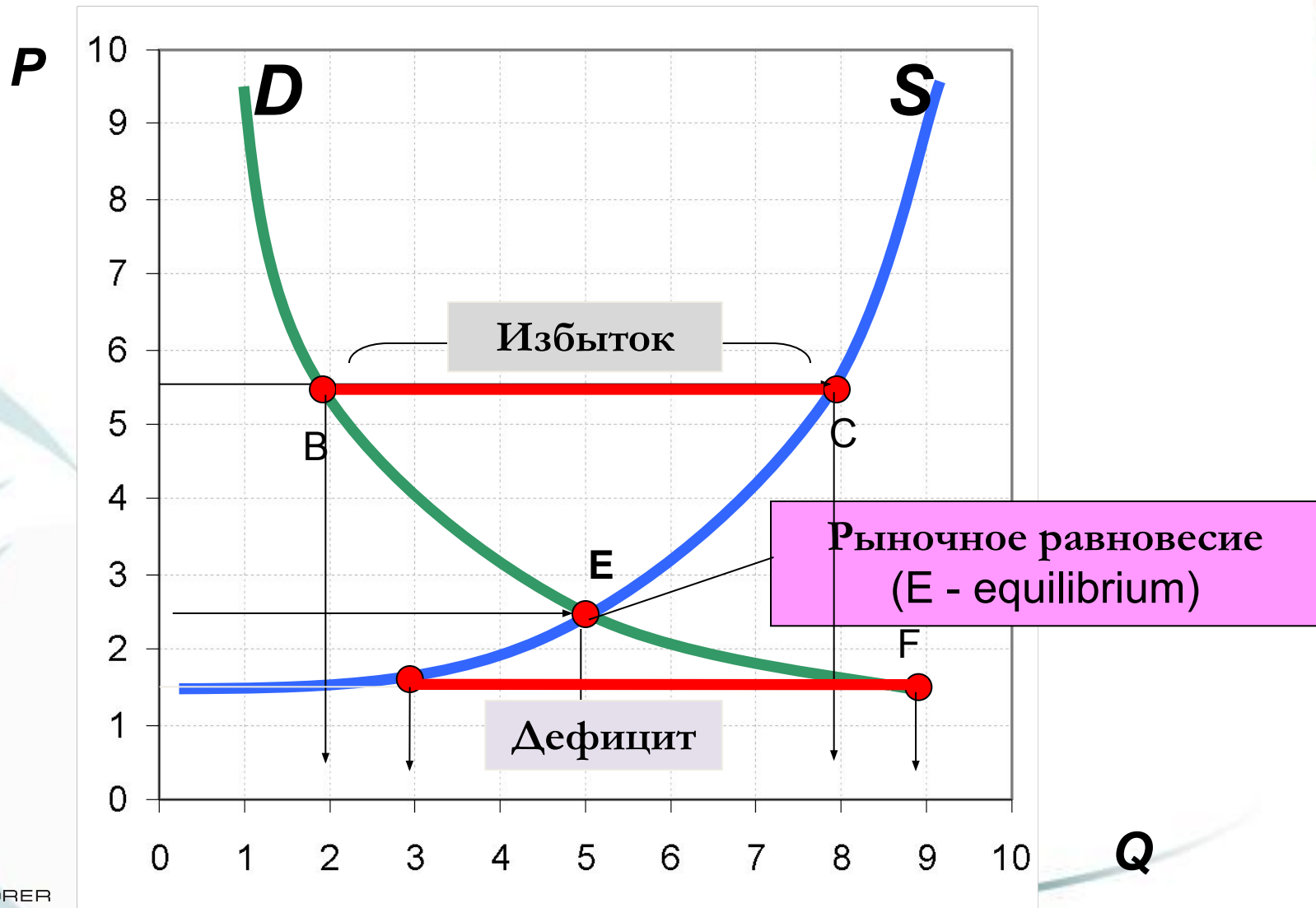


ЦЕНА

Равновесная  
цена

Равновесный объем  
продаж

# Рыночное равновесие

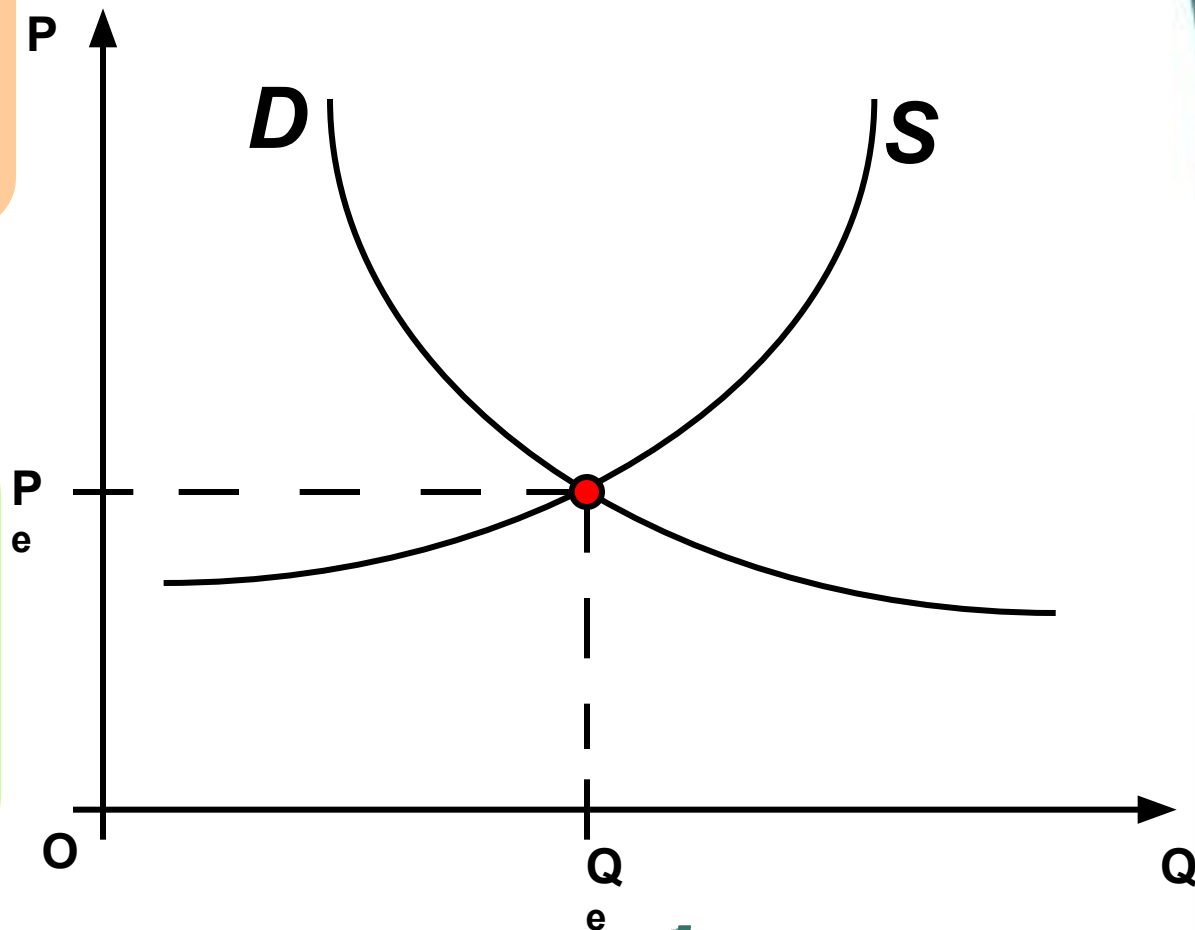


# Равновесие на рынке

$$Q_d = Q_s$$

Равновесная цена ( $P_e$ ) - цена, при которой объем спроса равен объему предложения

Равновесное количество товаров ( $Q_e$ ) - количество товара, при котором объем спроса равен объему предложения



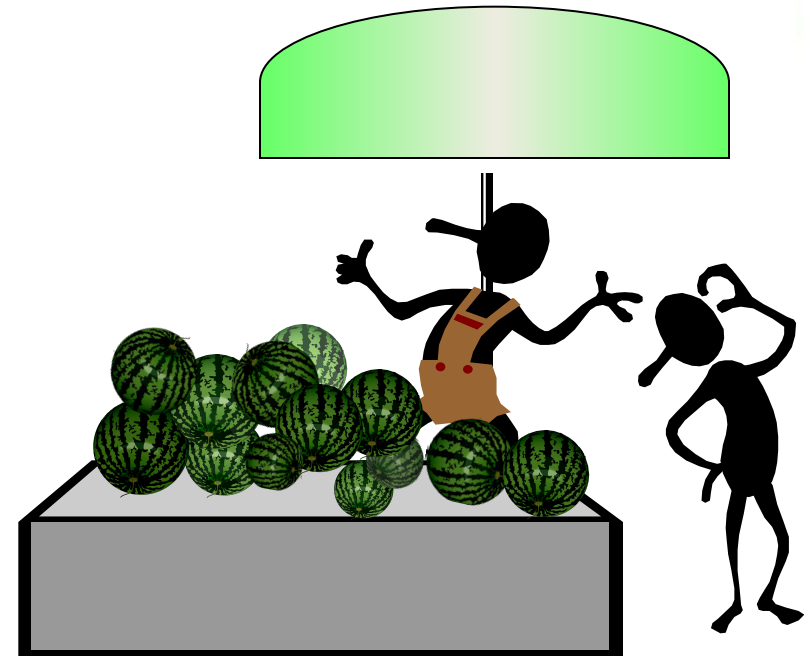
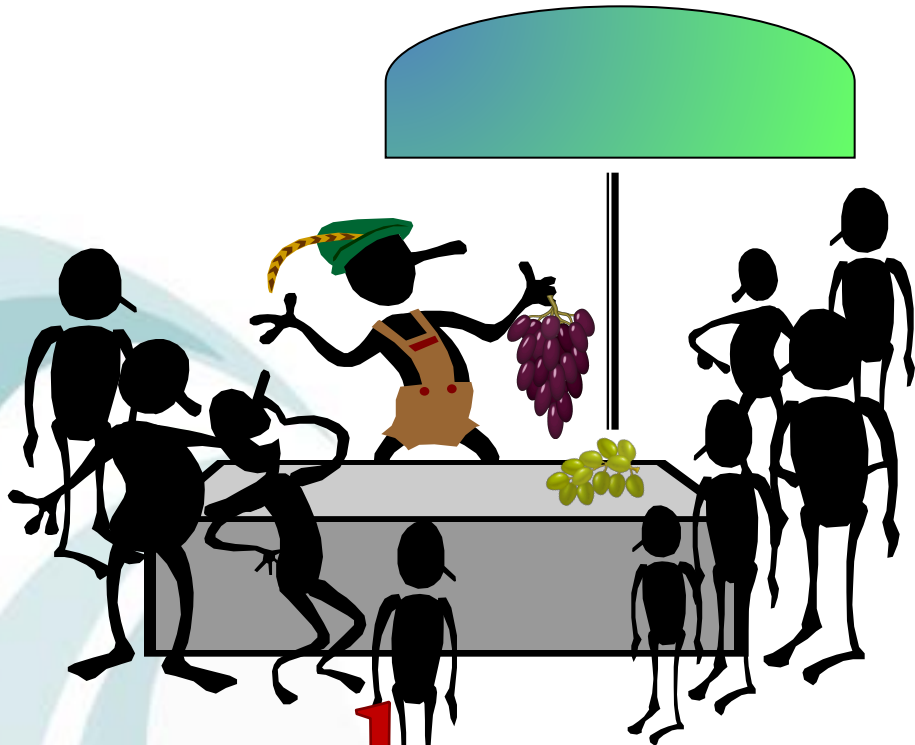
Покупатели



Продавцы

Ситуация на рынке, при которой объем спроса превышает объем предложения называется -

Ситуация на рынке, при которой объем предложения превышает объем спроса называется -



**дефицит** **избыток**  
**товаров**



Государственный  
фармакопейный центр

Государственная служба  
Украины по  
лекарственным  
средствам и контролю за  
наркотиками

Государственный  
экспертный центр МЗ  
Украины

Отечественные  
производители  
116



Иностранные  
фирмы  
850

Дистрибьюторы  
537

Аптеки  
15757

НИИ  
15

ВУЗы  
49

Более 400 тыс. работников фармацевтической отрасли

# SWOT – анализ экономики Украины



## Сильные стороны (Strength)

- 30% мирового чернозема
- Дружелюбная природа
- Наука (здравоохранение, точные науки)
- Патриотический подъем людей
- 40 миллионов трудолюбивых нормальных людей
- Спортсмены высшего уровня
- Туризм (Киев, Карпаты, Львов и Одесса)



## Возможности (Opportunities)

- Дешевый труд
- Комплексные, качественные и реальные реформы
- Высокий уровень чучлочных сбережений
- Поддержка Запада
- Транзит (в первую очередь Китай-Запад)



## ТранСлабости (Weaknesses)

- Отсутствие гражданского общества** (отсутствие потребности-привычки влиять на власть)
- Чернобыль
- Очень долго под кем-то (слабая история государственности) – Украине нужен Лидер
- Привычка жить и работать в тени и коррупции**
- Энергонеэффективность и зависимость от импорта энергоресурсов
- Желание квалифицированных людей уехать из страны
- Война**

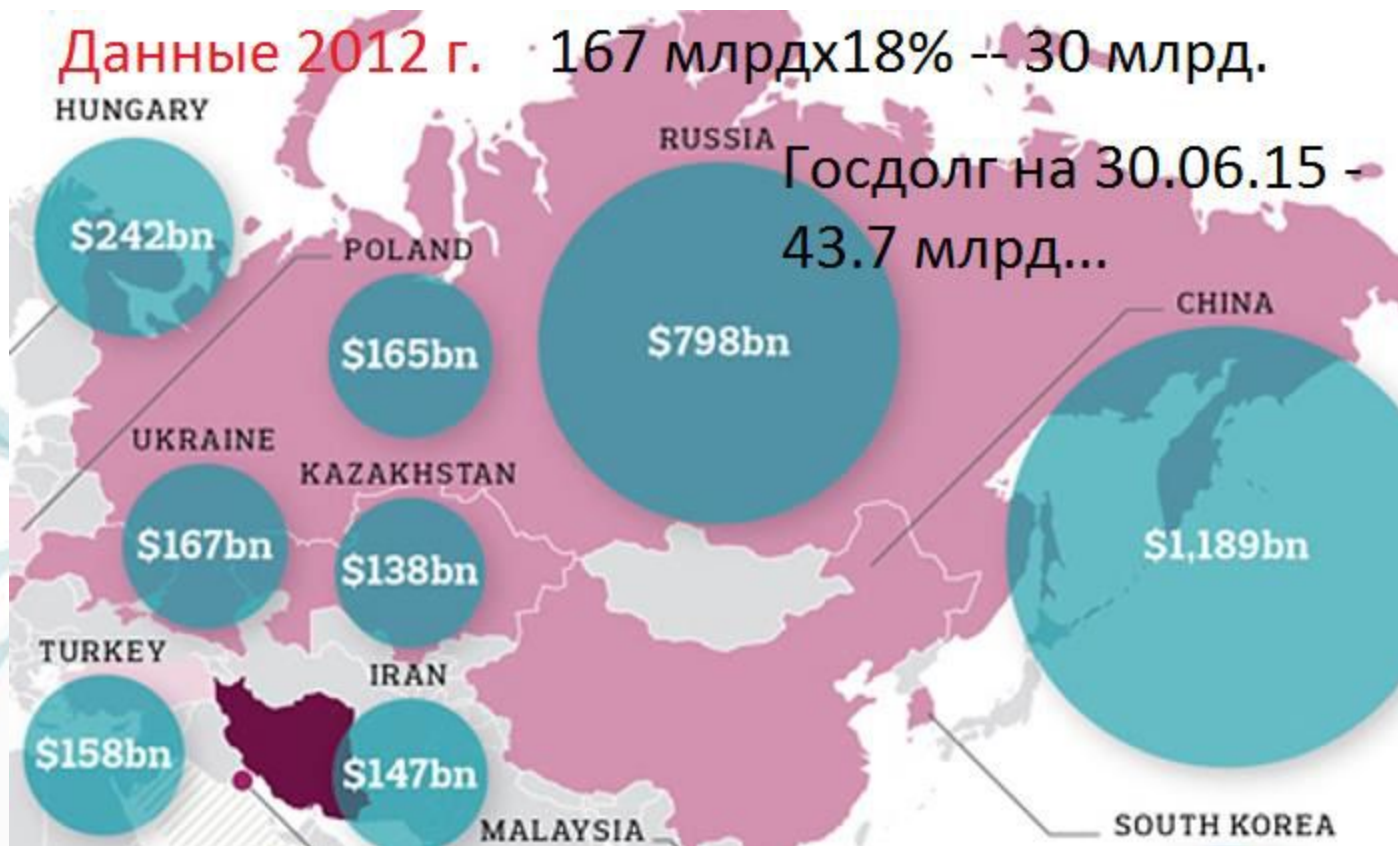


## Угрозы (Threats)

- Чиновники – государство в государстве
- Россия – имперский интерес
- Большое число вооруженных людей и оружия

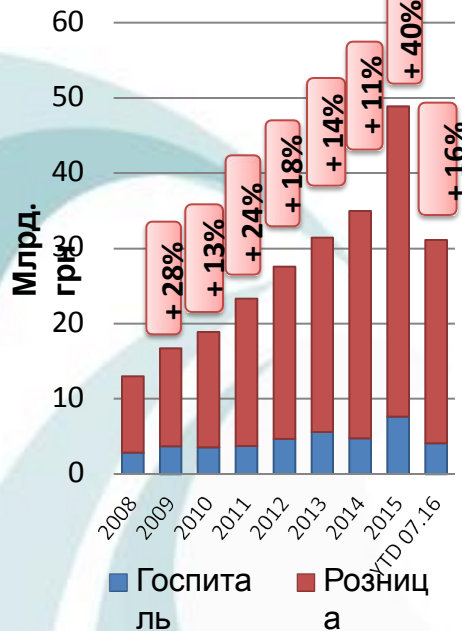


# Сумма средств Украины в оффшорах

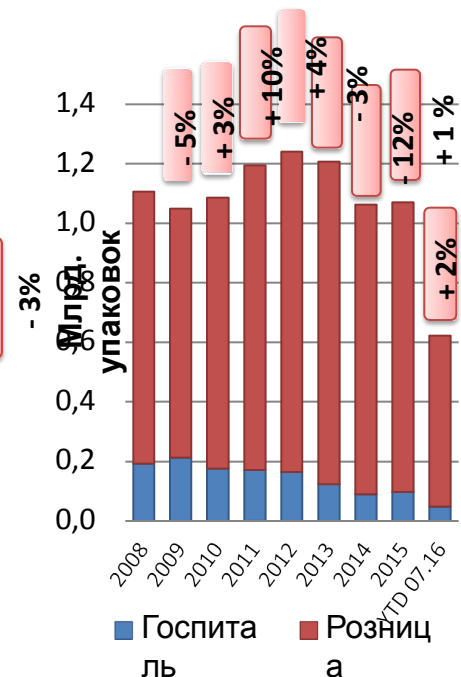
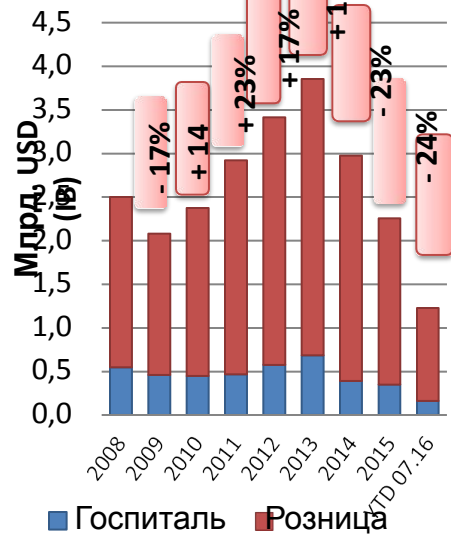


По итогам 7 месяцев 2016 года потребление ЛС в Украине уже демонстрирует небольшой рост в натуральном выражении

Потребление, грн



Потребление, USD  
Потребление, уп.



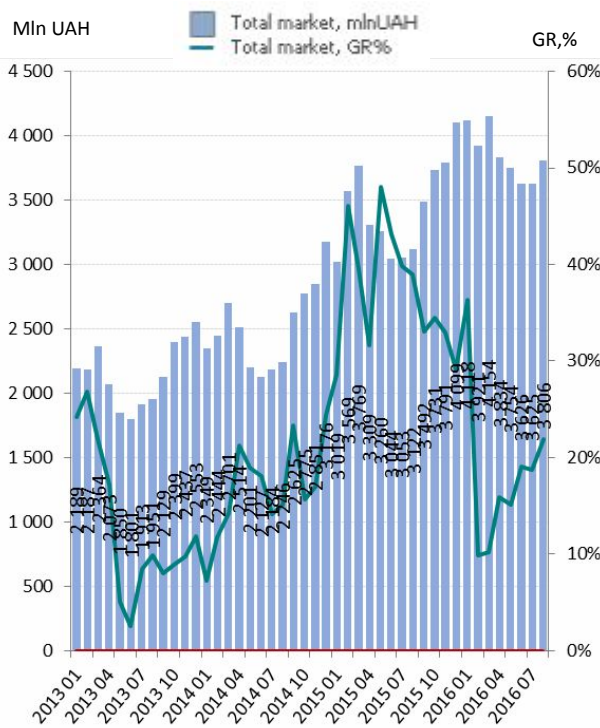
Розничные продажи показаны без учета временно оккупированной территории АР Крым, г. Севастополь и части зоны проведения АТО

© Proxima Research

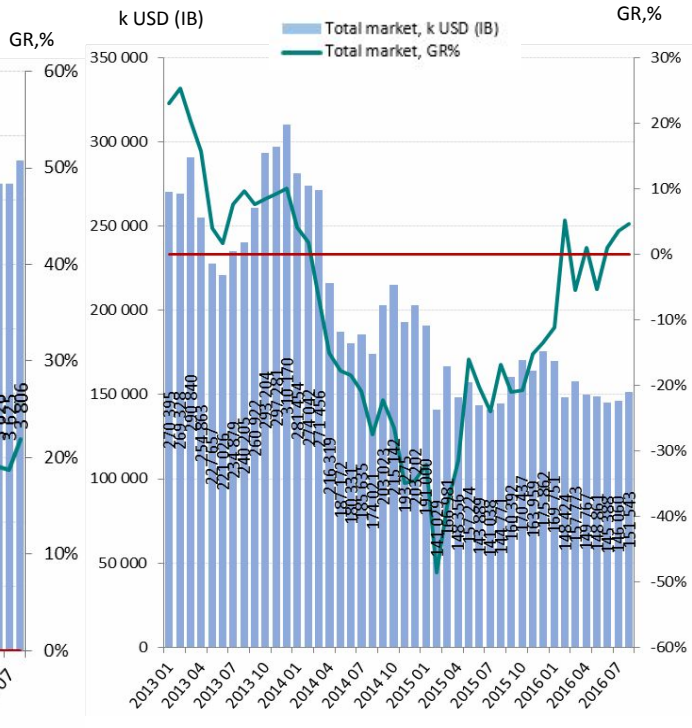
5

Текущие показатели развития розничного рынка ЛС показывают, что «дно» уже пройдено, но до показателей 2013 г. в долларах и упаковках нам еще нужно трудиться

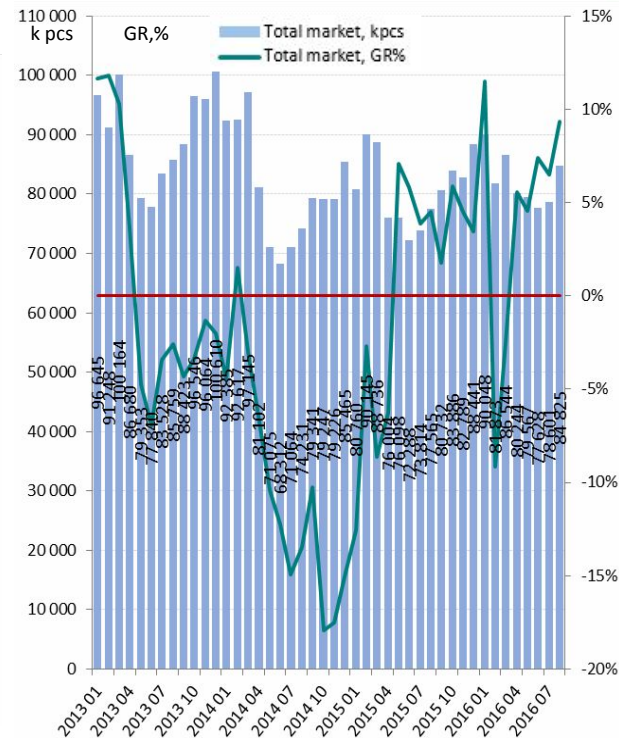
## Потребление, грн Потребление, упаковки (IB)



**GR YTD 08\***  
**2016/2015**  
**+18%**

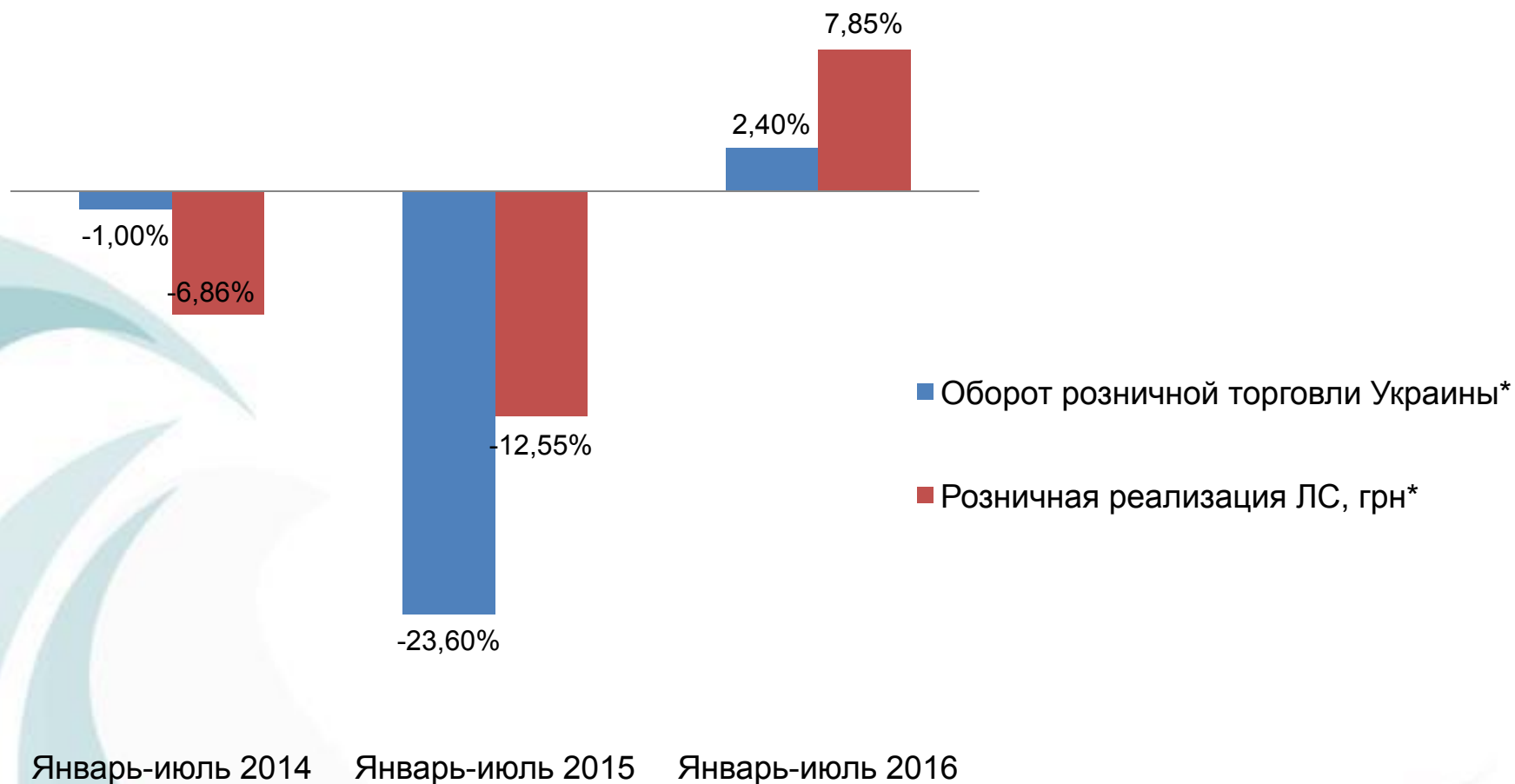


**GR YTD 08\***  
**2016/2015**  
**-1%**

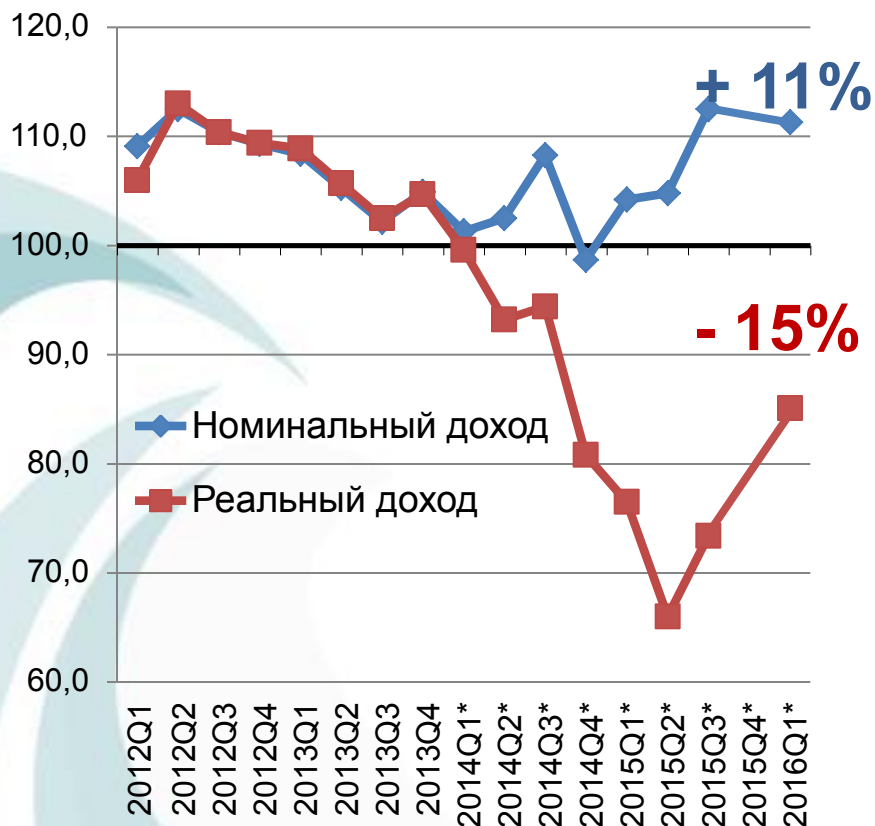


**GR YTD 08\***  
**2016/2015**  
**+4%**

# В сравнении с общим розничным товарооборотом страны, розничный фармацевтический рынок демонстрирует большую устойчивость



## Изменение доходов населения

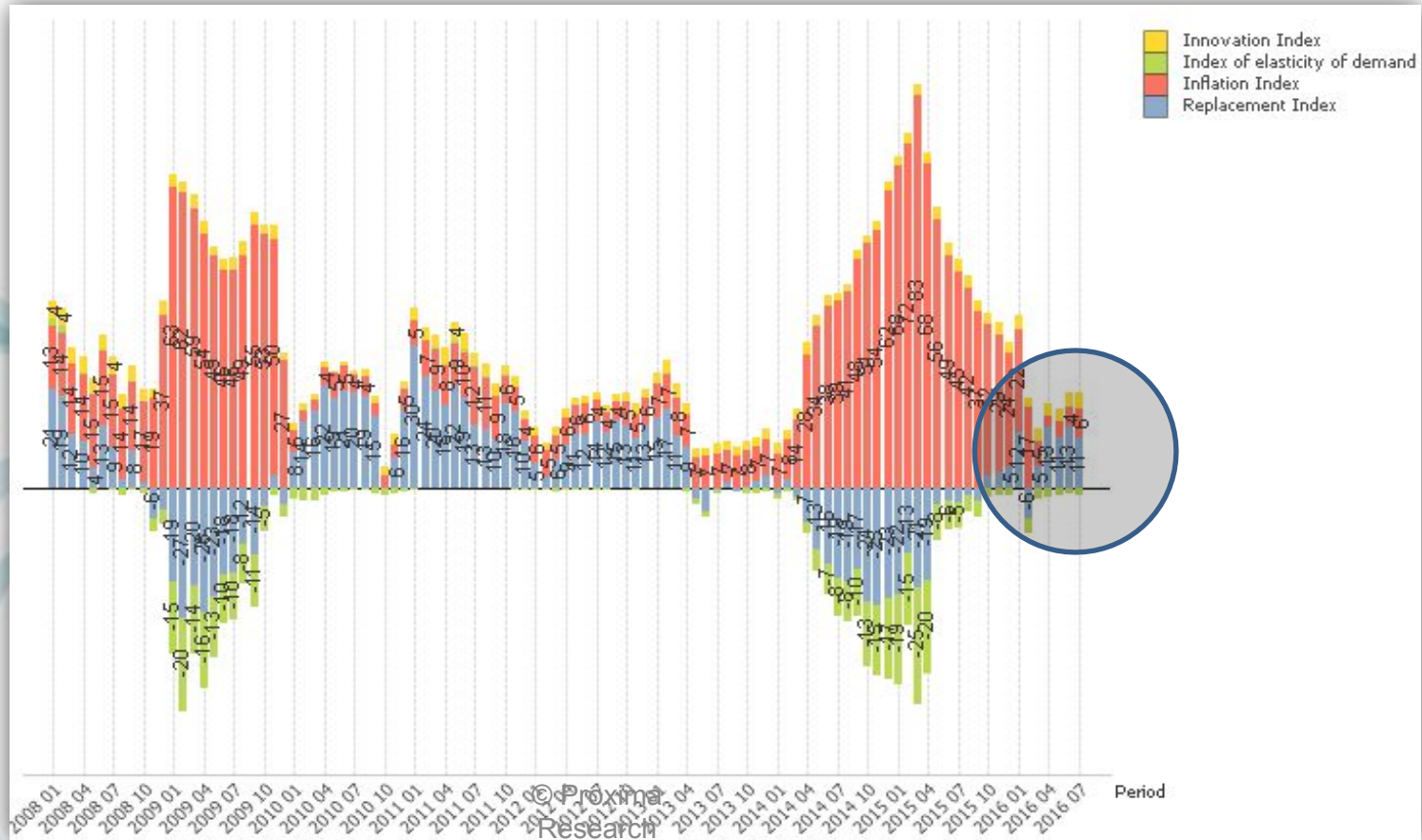


## Изменение средней заработной платы





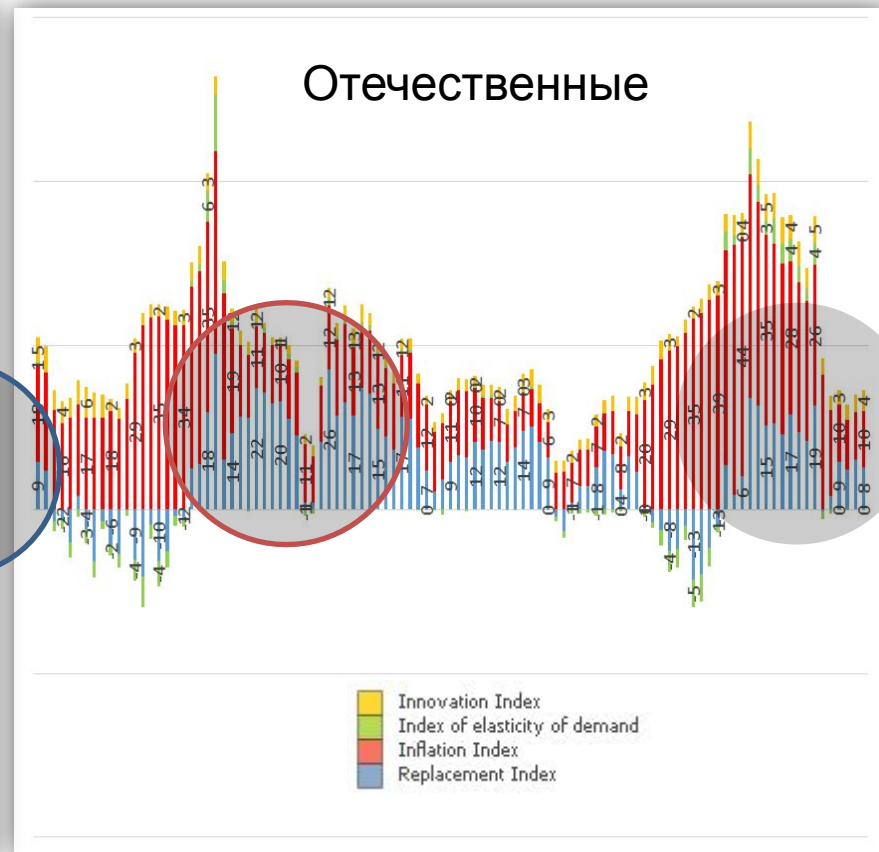
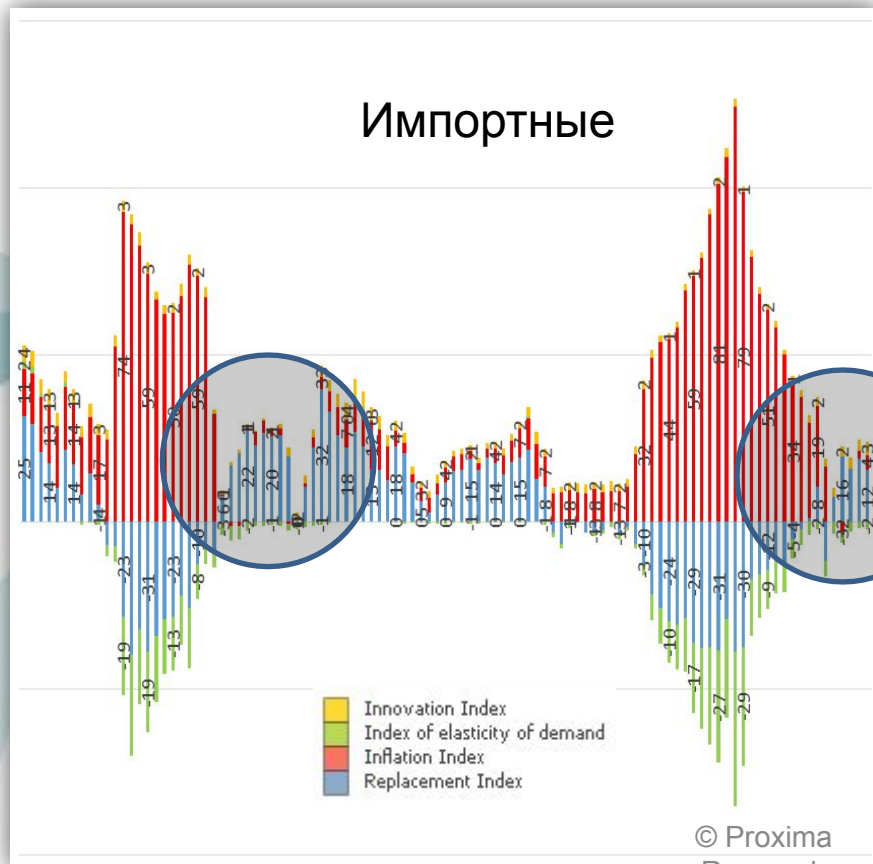
# С 2016 года восстановился нормальный тренд перераспределения потребления в сторону более дорогостоящих препаратов



Розничные продажи показаны без учета временно оккупированной территории АР Крым, г. Севастополь и части зоны проведения АТО

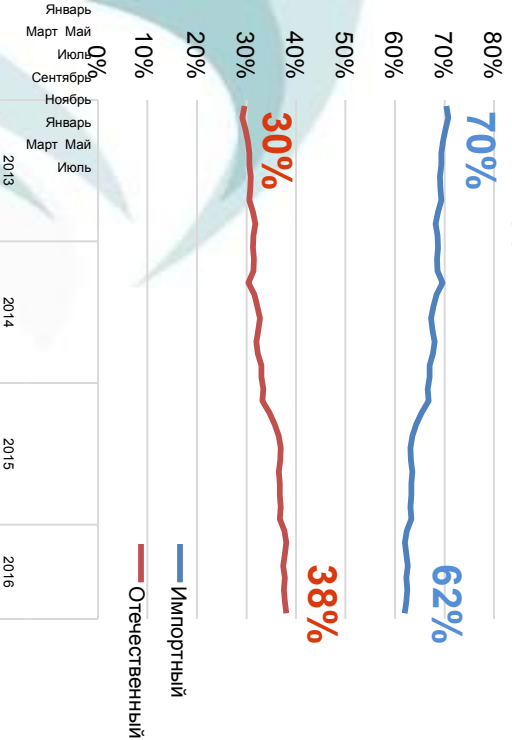


Для отечественных препаратов характерен вдвое меньший инфляционный индекс по сравнению с импортными, однако в посткризисный период низкостоимостные препараты продолжают наращивать цены

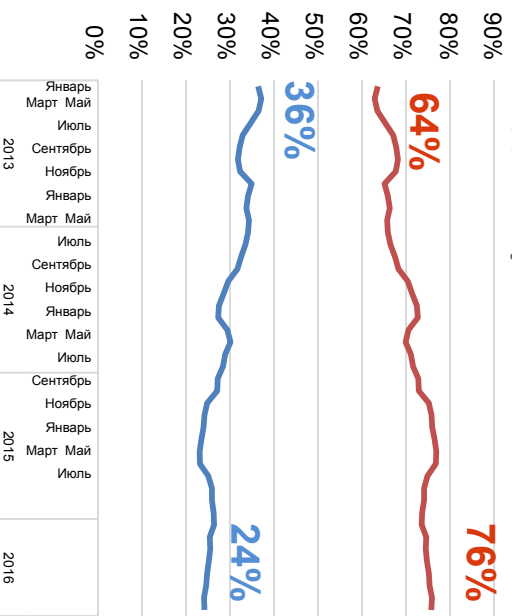


# Отечественные производители наращивают долю в общем объеме рынка розничной реализации ЛС

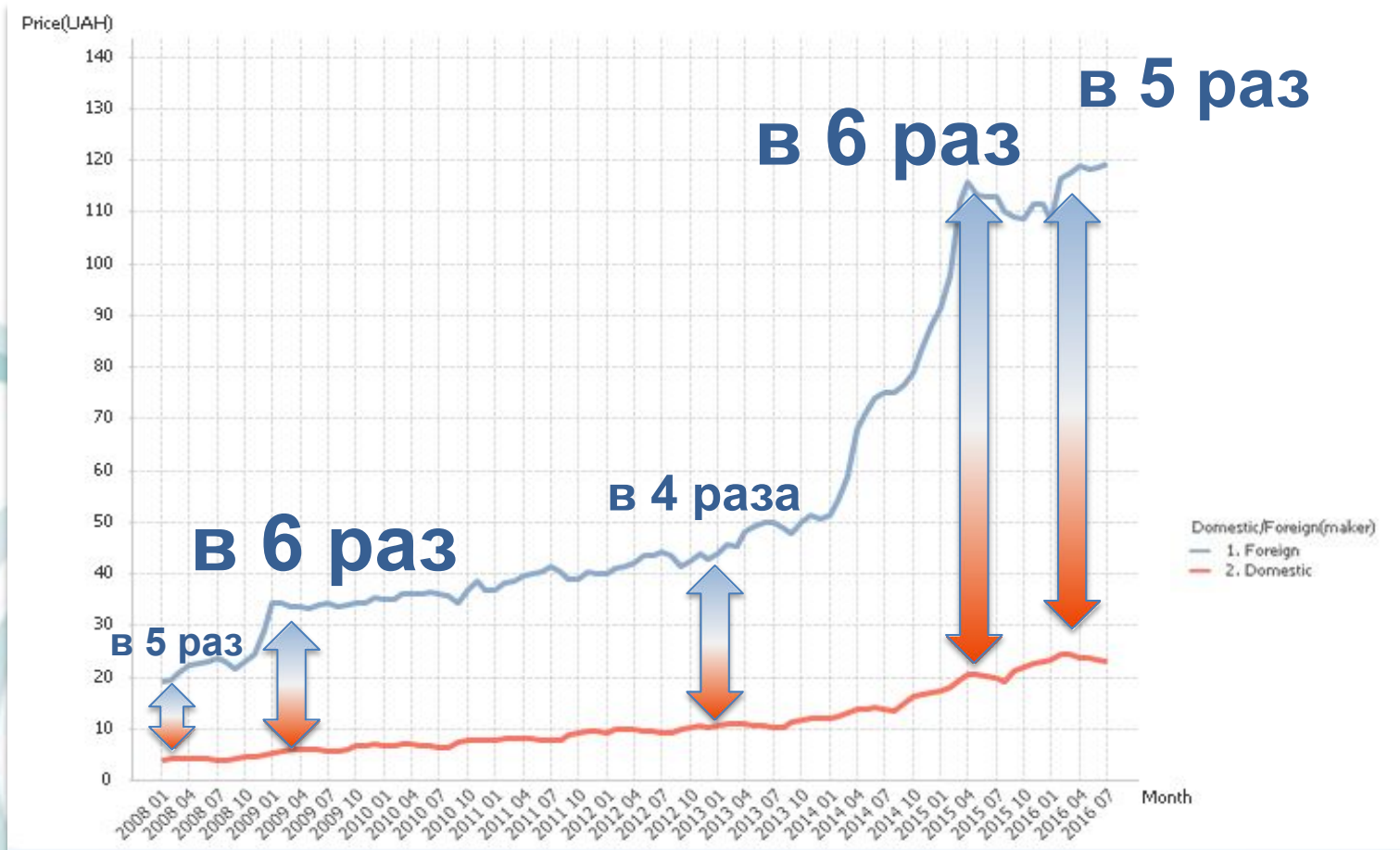
## Доли в деньгах



## Доли в упаковках

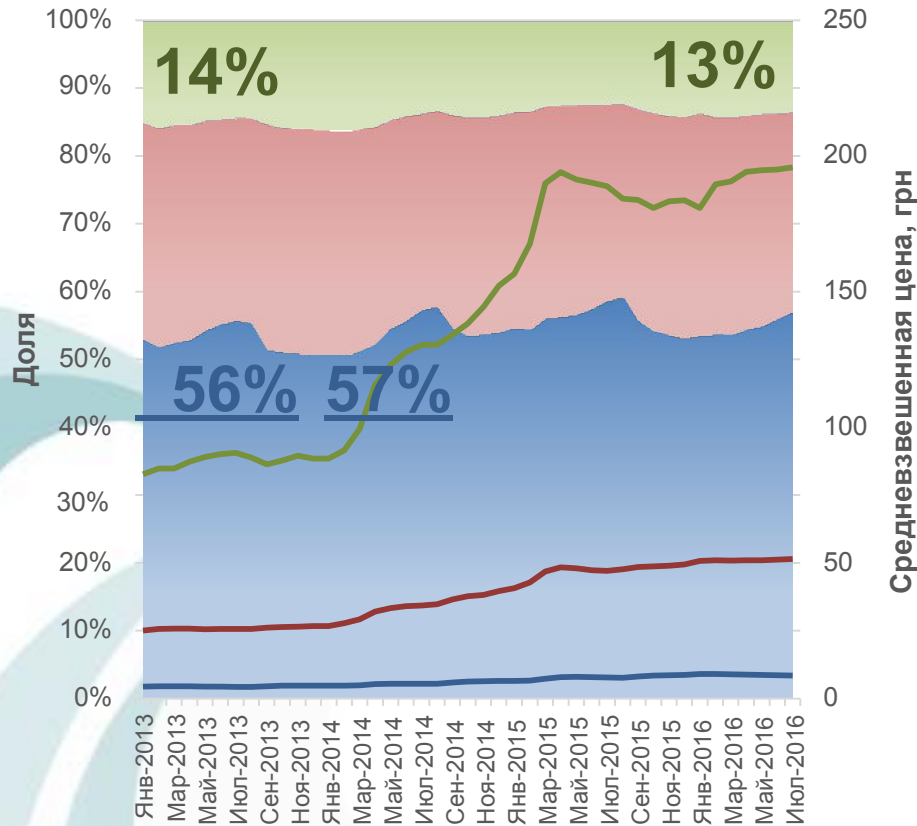


Это им позволяет значительно изменившийся «зазор» между средневзвешенной стоимостью упаковки отечественного и импортного ЛС

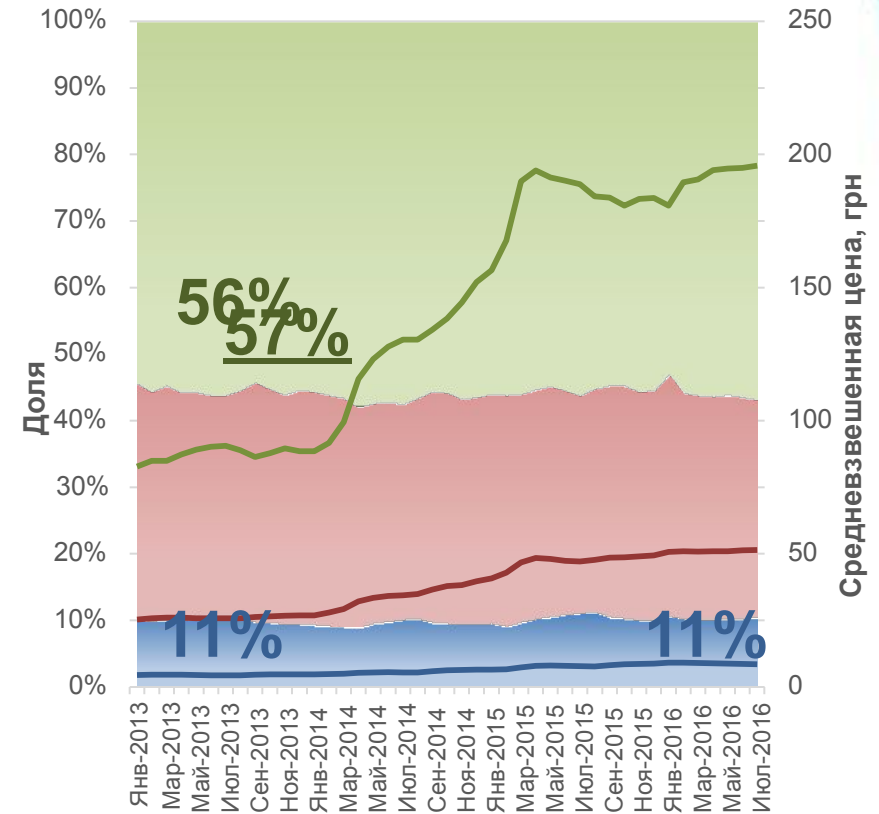


# Несмотря на значимый рост цены высокостоимостных препаратов их доля в денежном выражении не упала

## Натуральное выражение



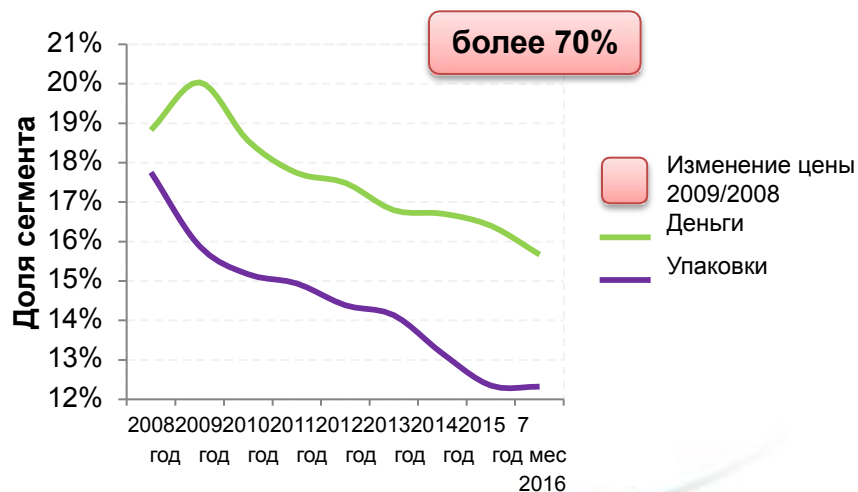
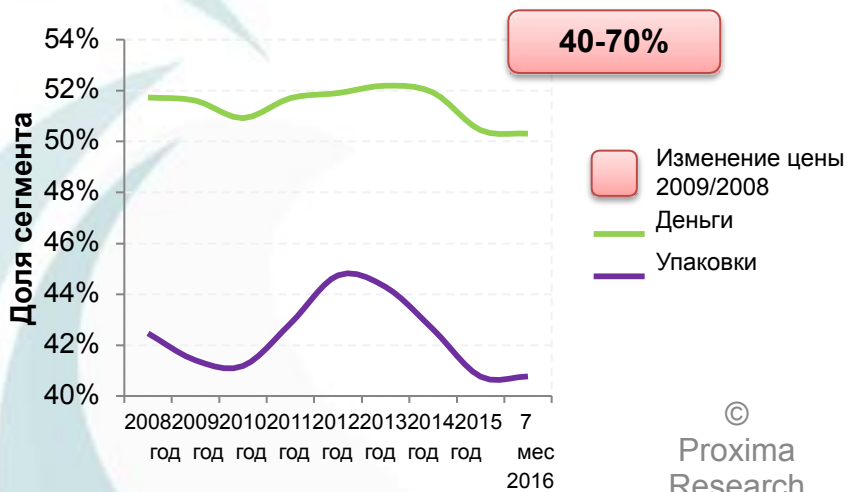
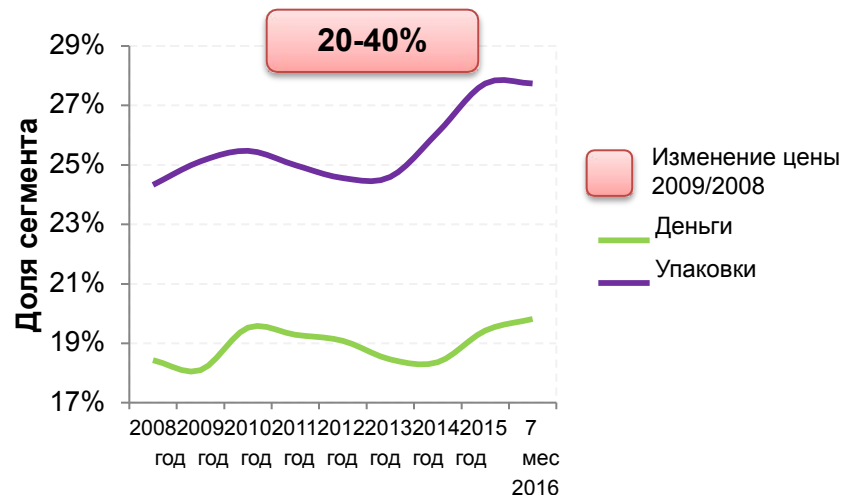
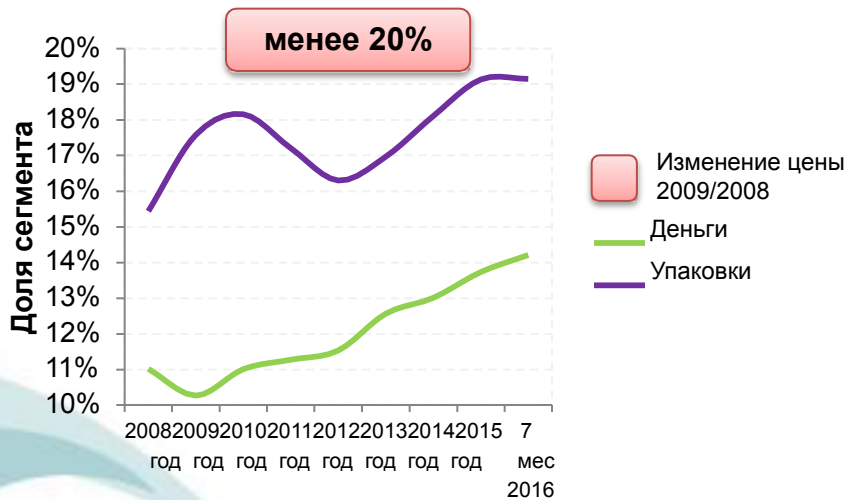
## Денежное выражение



1. Низкостоимостная ниша 0-22 грн
2. Среднестоимостная ниша 22-100 грн
3. Высокостоимостная ниша больше 100 грн

- 3. Высокостоимостная
- 2. Среднестоимостная
- 1. Низкостоимостная
- Ср.взв. цена (Низкостоимостная ниша)
- Ср.взв. цена (Среднестоимостная ниша)
- Ср.взв. цена (Высокостоимостная ниша)

# Факт: в долгосрочной перспективе выиграли препараты с изменением цены менее 20% и на 20-40%

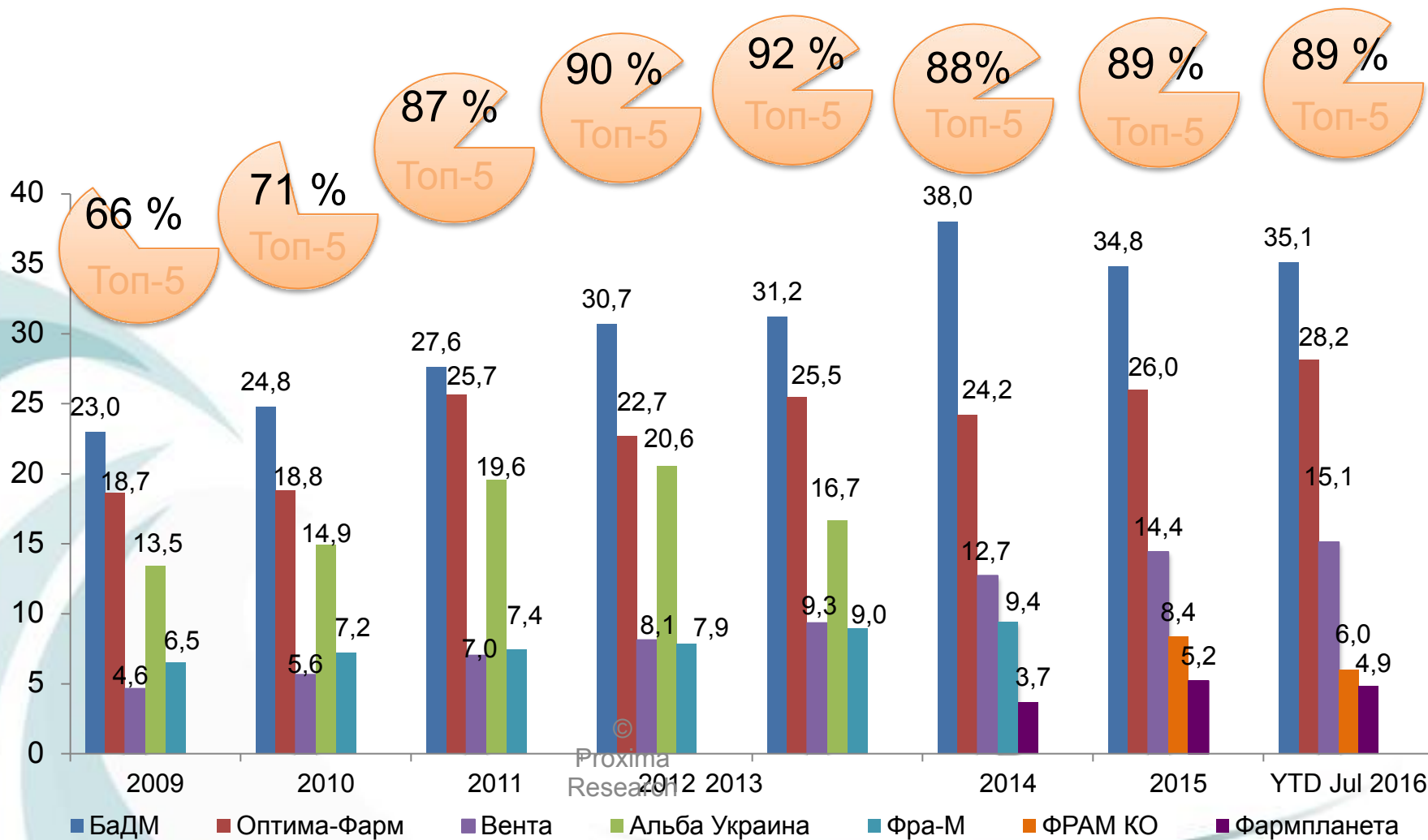


© Proxima Research

SKU были сформированы в группы по росту средневзвешенной цены (грн) за 2009 год\* – менее 20% роста цены, 20-40% роста цены, 40-70% роста цены и более 70% роста цены  
 \*Только SKU, которые продавались в 2008-2009 гг.

# Топ-5 дистрибьюторов по итогам прошлого года практически без изменений в 2016

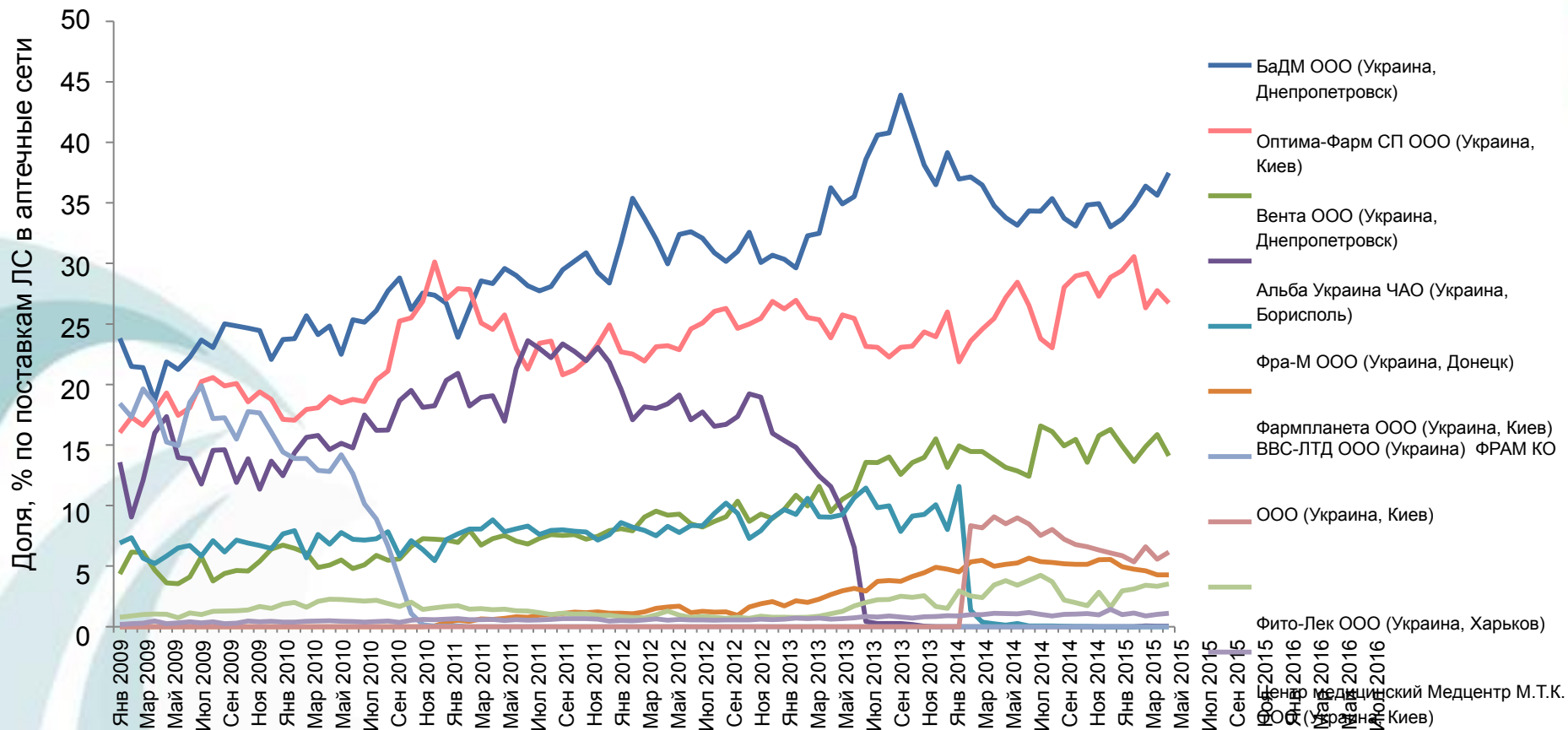
Доля, % по поставкам ЛС в аптечные сети



БадМ Оптима-Фарм Вента Альба Украина Фра-М ФРАМ КО Фармпланета

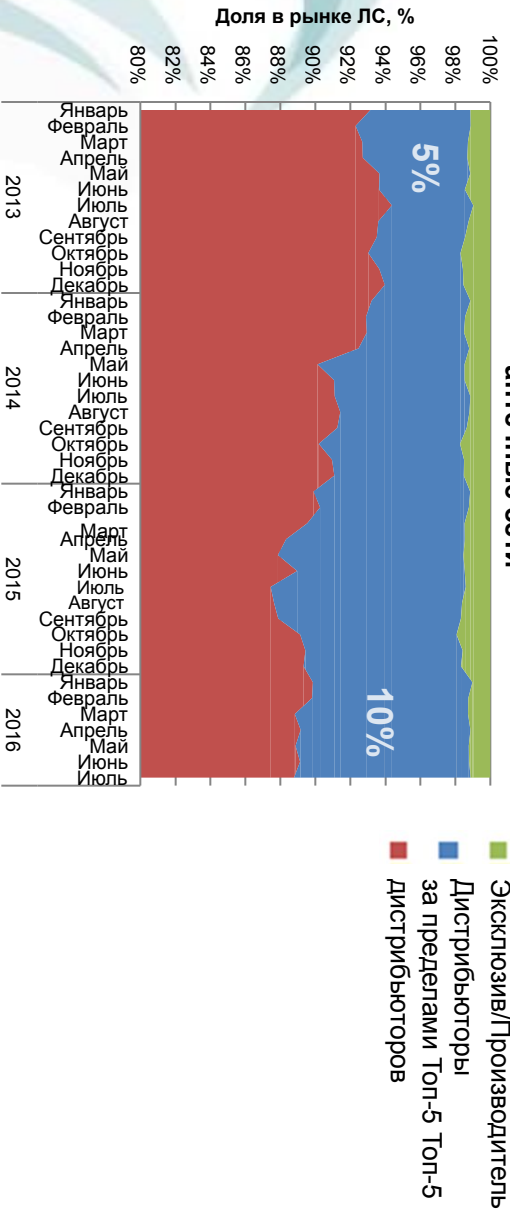


# Напряженная конкурентная борьба в поставках ЛС в аптечные сети

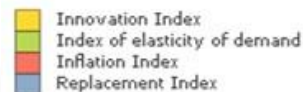
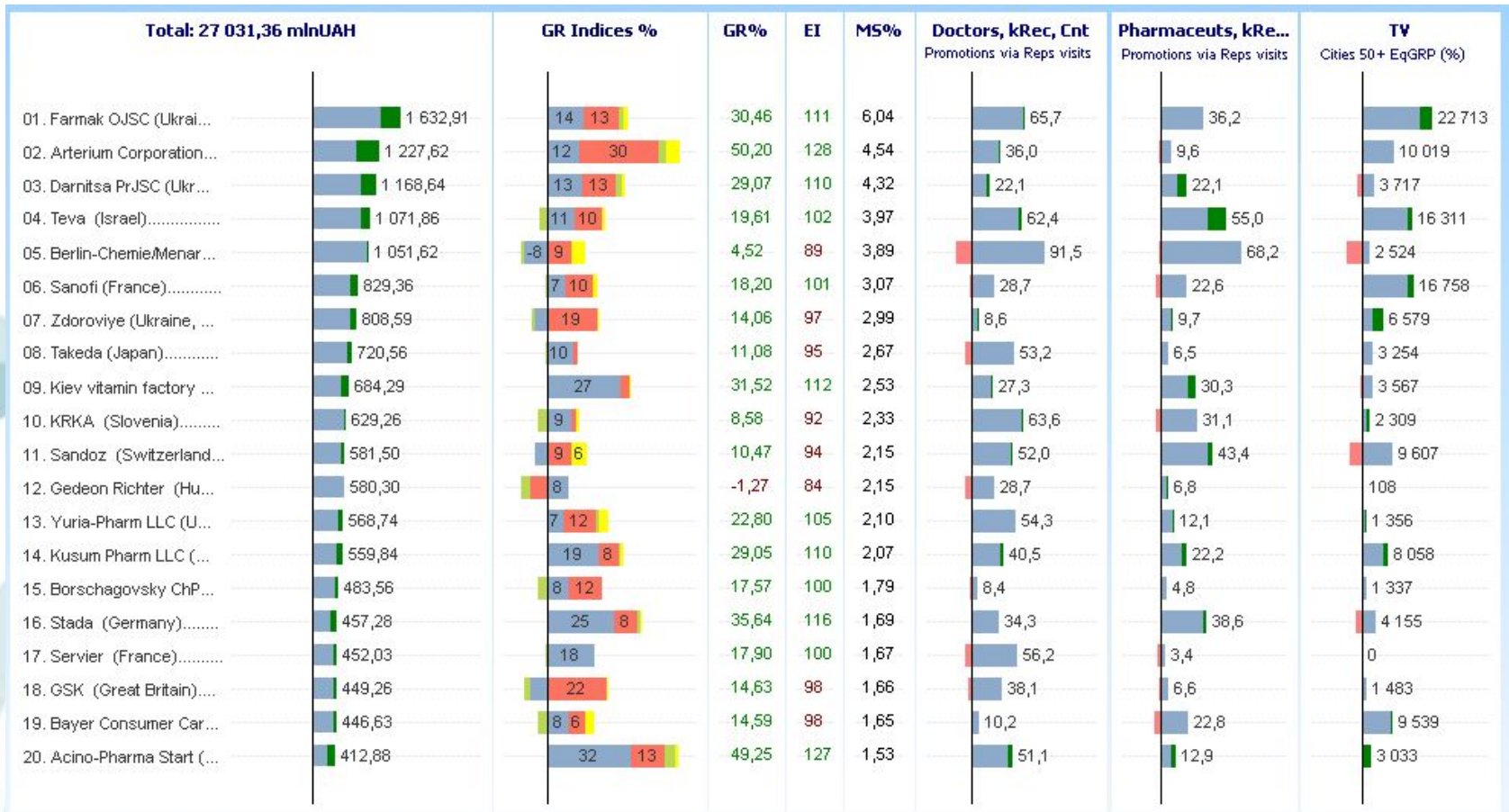


# Результатом кризиса стал также рост доли дистрибьюторских компаний, находящихся за пределами Топ-5

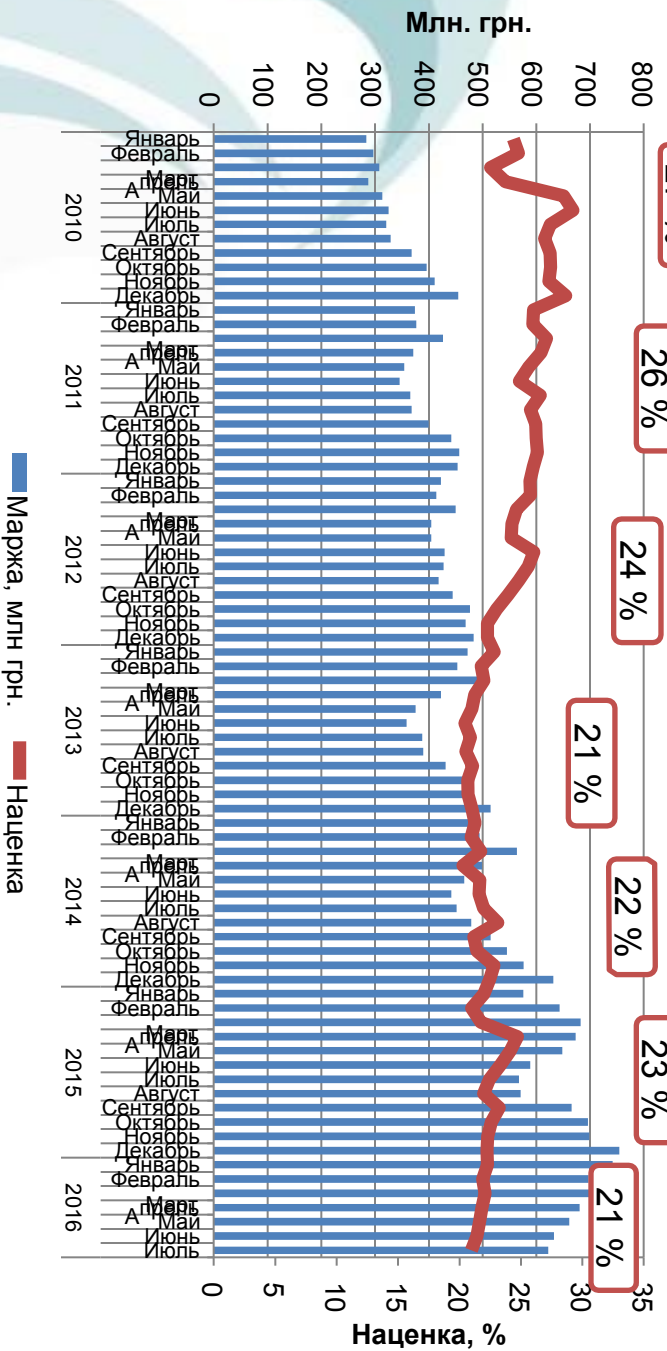
Доля групп дистрибьюторов в поставках ЛС в аптечные сети



# Рейтинг маркетирующих организаций по итогам семи месяцев 2016 года



Аптечная наценка также не растет. Маржинальный доход аптечных предприятий в большей степени зависит от роста рынка и взаимодействия с производителем



# Рейтинг аптечных сетей Контролируемой Украины\*

по итогам 1-го полугодия 2016 г.

№	Аптечная сеть	Доля, %
1	Аптека-Магнолия ООО (Украина, Запорожье)	11,39%
2	Сириус-95 ООО (Украина, Киев)	5,62%
3	Фармастор ООО (Украина, Киев)	2,95%
4	Мед-Сервис групп ООО (Украина, Днепропетровск)	2,60%
5	Гамма-55 ЧФ (Украина, Харьков)	2,47%
6	Титан ООО (Украина, Харьков)	1,79%
7	Фармация ПАО (Украина, Одесса)	1,62%
8	ПОДОРОЖНИК МЕРЕЖА АПТЕК (Украина, Львов)	1,34%
9	Волыньфарм Фирма ООО (Украина, Луцк)	1,33%
10	РЕГИОНАЛЬНАЯ АПТЕЧНАЯ СЕТЬ РУАН ООО (Украина, Днепропетровск)	1,25%
11	Сеть аптек D.S. (Украина, Львов)	1,22%
12	Медпрепараты ООО ПКФ (Украина, Херсон)	0,99%
13	ЗИ ООО (Украина, Львов)	0,94%
14	Конекс ЧП (Украина, Винница)	0,89%
15	Галафарм ООО (Украина, Киев)	0,80%
16	БадМ ООО (Украина, Днепропетровск)	0,79%
17	Арника ООО (Украина, Донецк)	0,69%
18	АКС ЧП (Украина, Одесса)	0,67%
19	Лики Украины Черниговское КП (Украина, Чернигов)	0,66%
20	ОБЪЕДИНЕННАЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ ООО (Украина, Киев)	0,66%

*Жизнь подобна собачьей упряжке. Если не идешь  
вперед, то всегда видишь одно и то же.*

*Льюис Гриззارد*

