

УДК 658.338.1 (477)

Редчук І. - ст. гр.-БКп - 43

Тернопільський національний технічний університет ім. І.Пулюя

ОЦІНКА КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Науковий керівник: к.е.н., доц. Семенюк С.Б.

У сучасних умовах розвитку фармацевтичного ринку України, та й світового ринку в цілому, яскраво постає проблема формування якісного та професійного конкурентного середовища. Український ринок, як один з найбільших ринків країн Європи, постає вагомим стимулом до дій як вітчизняних, так і зарубіжних фармацевтичних компаній.

На сьогоднішній день в нашій державі існує близько 80-ти вітчизняних та більше 150 закордонних фармацевтичних компаній. Україна має високий потенціал у виробництві лікарських засобів. Приблизне співвідношення присутності українських і закордонних виробників на ринку 1:4. Фармацевтичний ринок, особливо в Україні, далекий до свого насичення, що відповідно створює умови до збільшення частки ринку багатьма його суб'єктами.

Однією із найбільших компаній фармацевтичного ринку України є спільне українсько-німецьке фармацевтичне підприємство ТОВ «Натурпродукт-Вега», яке засноване в 1994 році. З німецького боку засновником виступила компанія Dr. Theiss Naturwaren GmbH, яка сьогодні має 26 дочірніх підприємств у всьому світі. Це підприємство, на якому запроваджені найсучасніші технології виробництва, має сертифікат GMP (Good Manufacturing Practice).

На сьогоднішній день ТОВ «Натурпродукт-Вега» є ексклюзивним дистриб'ютором медичних препаратів таких брендів: Dr. Theiss Naturwaren GmbH, LACALUT, Medipharma Cosmetics (D'Oliva), Dr. Willmar Schwabe Arzneimittel GmbH, Merz Pharma GmbH & Co (Німеччина), NP Pharma (Польща).

Конкурентів у „Натурпродукт-Вега"є дуже багато. Це як великі фірми-гіганти зі світовим ім'ям, так і невеличкі компанії, які є представниками зарубіжних фірм на території України. За підсумками січня-лютого 2010 топ-20 маркетингових організацій сумарно акумулювала 46,6% загального обсягу аптечних продажів лікарських засобів в грошовому вираженні. З цього можна зробити висновок, що „Натурпродукт-Вега" займає досить невелику частку ринку. Свою конкурентну позицію підприємство покращило в період кінця 2009 лютий 2010 року. Це зумовлено, зокрема, епідеміологічною ситуацією, що склалась в Україні та в світі в цей період.

В цілому теперішній розвиток подій не передбачає гострої зміни в лідерах на ринку та конкурентного середовища. Після кризи ринок починає стабілізуватися, та й взагалі фармацевтичний ринок постраждав найменше, насамперед, завдяки бурхливому росту в до кризовий період.

Таким чином, початок 2010 ознаменувався новою віхою у розвитку фармацевтичного ринку. Якщо з настанням кризи в кінці 2008 р. аж до кінця 2009 року основною рушійною силою зростання фармацевтичного ринку виступала інфляційна складова, то в 2010 році переважний внесок у приріст аптечних продажів забезпечує індекс заміщення. А це означає, що тепер розвиток ринку визначається перерозподілом структури продажів на користь більш дорогих препаратів, а також збільшенням обсягу реалізації в натуральному вираженні.