

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОСВОЄННЯ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ СВІТОВОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ

Бараш А. Ю., студентка 4 курсу, гр. УС-51

Національний технічний університет України „Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського”,
barash.alina.us.51.fmm@gmail.com

Фармацевтика відіграє велику роль у соціально-економічному розвитку економіки України. Виробництво фармацевтичної продукції становить майже 1 % (20, 1 млрд грн) від ВВП України, а кількість зайнятих у фармвиробництві складає 23,3 тис. осіб. Наразі в Україні нараховується 115 фармацевтичних підприємств, питома вага яких на вітчизняному фармацевтичному ринку у грошовому та натуральному вимірах за результатами перших шести місяців 2018 року становили 37,5% та 72,2% відповідно (у I півріччі 2017 року – 38,0% та 73,5%). Фармацевтична продукція українських виробників має конкурентну перевагу, яка полягає у доступній ціні. Так, середньозважена вартість однієї упаковки вітчизняних лікарських засобів складає 31, 4 грн, тоді як іноземних в 4 рази більше (128,3 грн) [1]. Саме спроможність українських виробників забезпечити споживачів доступною та якісною продукцією зумовлює актуальність дослідження проблем та перспектив освоєння українськими підприємствами світового фармацевтичного ринку.

Аналіз динаміки експорту на імпорту дав змогу виявити, що Україна імпортує в 9 разів більше фармацевтичної продукції ніж експортує. Така ситуація пов'язана з тим, що українські виробники не достатньо інформують оптово-роздрібні мережі та кінцевого споживача про вітчизняну фармацевтичну продукцію, яка є аналогом дорогої імпортованої продукції. А також, у зв'язку з тим, що українські підприємства не випускають інноваційних препаратів через високу вартість досліджень і розробок, тож інноваційні лікарські засоби імпортуються. Держава зі свого боку не підтримує вітчизняний фармсектор і з загальних інвестицій в НДДКР на фармацію припадає мізерна частина.

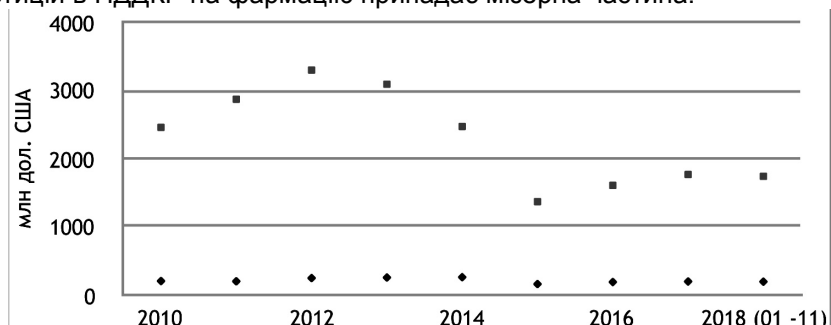


Рис. 1. Торговельні потоки фармацевтичної продукції в Україні протягом 2010-2018(січень- листопад) рр, млн дол. США [1]

Також можна з рис.1 зазначити про тенденцію до зростання експорту фармацевтичної продукції. Це свідчить про розширення діяльності українських підприємств на зарубіжних ринках. Найбільше Україна експортує до країн СНД (Росія, Білорусь) – 75 % від загального експорту фармацевтичної продукції, Азії (Казахстан, Узбекистан) – 8,9%, Європи (Латвія, Молдова) – 5,7% та Америки 0,4%.

Таким чином серед проблем освоєння українськими підприємствами світового ринку є:

- неспроможність випускати інноваційні препарати через недостатні інвестиції в НДДКР;
- недостатнє інформування виробниками споживачів про значно дешевші вітчизняні аналоги лікарських засобів;
- відсутність державної підтримки фармацевтичних виробників.

Отже, українські підприємства мають перспективу освоєння ніші низьковартісних лікарських засобів світового фармацевтичного ринку за умови підвищення іміджу своєї продукції серед споживачів. Тож підприємствам потрібно здійснювати ефективне маркетингове просування своїх лікарських засобів, виводити на ринок нові торгові марки і вивчати особливості функціонування зарубіжних ринків. Також важливо, щоб держава захищала українського виробника шляхом створення програм для їх підтримки. Україна може встановлювати високі вимоги або ж використовувати нетарифні обмеження до імпортованих препаратів. Також, уряд має проводити активну політику імпортозаміщення, що в свою чергу сприяє збільшенню споживачів української продукції. Відкриття спільних науково-дослідних центрів з різними країнами надасть можливість українським виробникам реалізувати свій науковий потенціал.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>