
СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.56:339.166.84

ОСОБЛИВОСТІ ПОПИТУ СВІТОВОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ

Т. В. ШАБЕЛЬНИК, доктор економічних наук, доцент
(Маріупольський державний університет)

Анотація. *Мета статті* полягає у виявленні особливостей попиту світового фармацевтичного ринку, їх узагальненні та систематизації. **Методика дослідження.** *Вирішення поставлених у статті завдань* здійснено за допомогою таких загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: системного аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення. **Результати.** *Серед основних класифікаційних ознак особливостей попиту світового фармацевтичного ринку в роботі визначено:* соціальні, що виражаються через приховані споживчі якості фармацевтичних товарів; загальні, що обумовлюються наявністю великої кількості товарів-аналогів і значною диверсифікацією фармацевтичних товарів; технологічні, що виражаються через залежність життєвого циклу фармацевтичних товарів від технічного прогресу; біологічні – виражаються через адаптаційні властивості вірусів і бактерій та наявність невиліковних захворювань у світі; інформаційні – обумовлюються відсутністю інформації або перебільшенням очікуваних подій. **Практична значущість результатів дослідження.** *Урахування визначених особливостей попиту світового фармацевтичного ринку дасть можливість виявлення додаткових джерел підвищення економічного та соціального ефектів функціонування світової фармацевтичної галузі.*

Ключові слова: *світовий фармацевтичний ринок, особливості попиту, еластичність, споживач, фармацевтичні товари.*

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Світовий фармацевтичний ринок на сучасному етапі розвитку ринкових відносин є складною динамічною системою з великою кількістю взаємозалежних суб'єктів та об'єктів і характеризується як один із найбільш насичених споживчих товарних ринків із високим рівнем конкуренції, пропозиції, попиту й диверсифікації фармацевтичних товарів.

Це пояснюється наявністю на світовому фармацевтичному ринку великої кількості

транснаціональних корпорацій, інноваційних фармацевтичних компаній, фармацевтичних компаній, що виробляють оригінальні препарати, та фармацевтичних компаній, які виробляють генеричні фармацевтичні товари [4].

Фармацевтичні товари є товарами індивідуального споживання, але мають певні особливості, які відрізняють їх від товарів масового споживання.

Важливою особливістю фармацевтичних товарів є їх соціальна спрямованість. Кінцевий споживач фармацевтичних товарів прагне придбати особливу послугу у вигляді «покра-

щення здоров'я» і відмовитися, можливо, у майбутньому від споживання фармацевтичних товарів та послуг.

Попит на фармацевтичні товари, як і товари масового споживання, має всі категорії цінової еластичності: від еластичного за ціною (одним із прикладів таких фармацевтичних товарів є біологічно активні добавки (БАДи), лікувальна косметика, засоби медичної діагностики) до слабо еластичного за ціною (унікальні фармацевтичні товари, які купуються незалежно від ціни за рахунок їх унікальності та життєвої необхідності й фармацевтичні товари, що належать до категорії екстреної покупки).

Але, для споживачів фармацевтичних товарів, на відміну від товарів масового споживання, рівня ціни, яка б їх задовольнила, ніколи не існує. Для споживачів рівень цін на фармацевтичні товари завжди є високим [10].

Наявність цих процесів обумовлює необхідність досліджень особливостей попиту світового фармацевтичного ринку за різними ознаками з метою розробки комплексу якісних економічних методів і моделей управління фармацевтичною галуззю для підвищення ефективності її функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання дослідження попиту фармацевтичної галузі знайшли відображення в роботах провідних іноземних і вітчизняних учених. Серед іноземних авторів можна зазначити Л. В. Багірову [8], Є. Є. Лоскутову [7], А. А. Лін [3], серед вітчизняних – О. В. Басву [2], Л. Ю. Бабінцеву [1], З. М. Мнушко [5], І. В. Тіманюк [5], В. М. Пашкова [6].

Беручи до уваги наукову та практичну значимість праць вищеперелічених науковців, необхідно відзначити, що питання дослідження й виявлення особливостей попиту світового фармацевтичного ринку не отримали на сьогодні комплексного наукового узагальнення та обґрунтування і є недостатньо вивченими.

Отже, актуальним є дослідження питання визначення особливостей попиту світового фармацевтичного ринку, їх узагальнення та систематизація для врахування під час визначення джерел підвищення економічного й соціального ефектів функціонування світової фармацевтичної галузі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета роботи полягає у виявленні особливостей попиту світового фармацевтичного

ринку, їх узагальненні та систематизації. Для досягнення цієї мети в роботі поставлено та вирішено такі завдання:

- виокремлено основні групи споживачів фармацевтичних товарів для визначення особливостей попиту світового фармацевтичного ринку;

- визначено основні чинники формування попиту світового фармацевтичного ринку;

- зроблено узагальнення та систематизація особливостей попиту світового фармацевтичного ринку;

- виділено основні класифікаційні ознаки попиту світового фармацевтичного ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для визначення особливостей попиту світового фармацевтичного ринку необхідним є виокремлення основних груп споживачів фармацевтичних товарів та чинників формування попиту.

Так, до основних груп споживачів сучасного світового фармацевтичного ринку належать такі категорії [1, 9]:

- виробники фармацевтичних товарів, які використовують у технологічному процесі фармацевтичні товари інших фармацевтичних виробників;

- держава як система соціального забезпечення населення фармацевтичними товарами;

- фармацевтичні дистриб'ютори, які чинять оптову реалізацію фармацевтичних товарів;

- аптечні мережі, які продають фармацевтичні товари;

- проміжні споживачі-фармацевти, провізори, робітники та лікарі, які роблять призначення фармацевтичних товарів для їх вжитку в умовах стаціонару, амбулаторії, санаторію, профілакторію або для індивідуального вжитку споживачами;

- кінцеві споживачі, які використовують фармацевтичні товари для особистого та сімейного вжитку.

Слід відмітити, що основними чинниками формування попиту світового фармацевтичного ринку є такі:

- рівень цін на фармацевтичні товари та реальні доходи населення певного регіону;

- географічні та демографічні умови проживання населення певного регіону;

- кліматичні та екологічні умови проживання населення певного регіону;

- ергономічні умови праці та побуту населення певного регіону;
- національні та генетичні особливості проживання населення певного регіону;
- державна політика країни в галузі охорони здоров'я;
- розвиток світової медичної та фармацевтичної науки;
- рівень упровадження нових методів діагностики захворювань.

Визначені категорії основних споживачів та чинники формування попиту світового фармацевтичного ринку обумовлюють існування і певних його особливостей, які можна класифікувати за такими ознаками: соціальні, загальні, технологічні, біологічні та інформаційні. Нижче виділені ознаки розглянуто більш детально.

Наявність особливостей попиту світового фармацевтичного ринку обумовлюється його суттєвими відмінностями від товарного [3]. Отже, з одного боку, фармацевтичний ринок має всі ознаки товарного ринку, до яких належать:

- суттєвість упакування фармацевтичних товарів;
- усебічне використання маркетингових методів у рекламі та просуванні фармацевтичних товарів;
- наявність споживчої вартості фармацевтичних товарів;
- наявність ринкових і споживчих характеристик фармацевтичних товарів.

Але, з іншого боку, слід урахувати, що одним із видів товарів фармацевтичного ринку є також і фармацевтична послуга, що описується терміном «здоров'я». Такий фармацевтичний товар у вигляді фармацевтичної послуги не підлягає зберіганню і накопичуванню, та під час її продажу велике значення мають особисті професійні та етичні якості продавців.

Слід урахувати, що фармацевтичний товар має приховані споживчі явища, які виявляються у вигляді наявності або відсутності лікувального ефекту одразу після покупки та вжитку конкретного фармацевтичного товару.

Отже, однією з основних особливостей попиту світового фармацевтичного ринку є соціальна, яка виражається через дуальність фармацевтичних товарів. По-перше, фармацевтичні товари мають суттєві ринкові та споживчі властивості, а по-друге, мають приховані

споживчі якості та вплив професійних якостей продавця. Також на продажі фармацевтичних товарів впливає якісне сервісне та інформаційне обслуговування, яке включає виявлення потреб, надання інформації про фармакотерапевтичні властивості, пошук необхідних фармацевтичних товарів, швидке оформлення покупки тощо.

Серед загальних особливостей попиту можна виділити велику наявність товарів-аналогів та диверсифікацію фармацевтичних товарів за різними формами випуску, тобто один і той же фармацевтичний товар може бути представлений у різних формах (таблетки, емульсії, суспензії, мазі, гелі, порошки тощо).

Технологічні особливості попиту виражаються через життєвий цикл фармацевтичних товарів, який впливає на формування попиту внаслідок того, що залежить від технічного прогресу, під час зростання якого відбувається швидке моральне старіння великої кількості видів фармацевтичних товарів.

Ще одним вагомим фактором, який впливає на формування попиту світового фармацевтичного ринку, є біологічний аспект, що виявляється в потужних адаптаційних властивостях вірусів і бактерій навколишнього середовища. Ці властивості вимагають винаходів нових і все більш досконалих форм та видів фармацевтичних товарів, наприклад, антибіотиків, противірусних препаратів і препаратів, що зміцнюють імунітет. І цей процес не має жодних обмежень, тому що до нових винаходів фармацевтичних товарів біологічне навколишнє середовище знову буде адаптуватися.

До біологічних особливостей попиту також можна зарахувати наявність невиліковних захворювань у світі, які обумовлюють постійний рівень вжитку певних фармацевтичних товарів незалежно від ціни та побічних ефектів, які, у свою чергу, вимагають для зниження їх негативного впливу вживати інші препарати.

Необхідно підкреслити, що існують фармацевтичні товари з пасивним попитом – це товари, інформація про які щодо фармакотерапевтичних властивостей, якості та випадків використання є ще невідомою для кінцевого споживача внаслідок проведення клінічних випробувань. До фармацевтичних товарів із пасивним попитом можна віднести й такі, що використовуються в одній країні та невідомі в іншій.

І, навпаки, коли стають відомими факти очікуваних епідемій через використання засобів масової інформації (телебачення, інтернет-ресурси тощо), попит на деякі фармацевтичні товари стрімко зростає й утримується деякий час на високому рівні, доки інформацію не буде скасовано. Таку особливість попиту світового фармацевтичного ринку слід визначити як «інформаційну».

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. На формування особливостей попиту світового фармацевтичного ринку впливають економічні, політичні, технологічні, географічні та демографічні, кліматичні та екологічні, національні та генетичні фактори.

Серед основних класифікаційних ознак попиту світового фармацевтичного ринку в роботі визначено: соціальні, що виражаються через приховані споживчі якості фармацевтичних товарів; загальні, що обумовлюються наявністю великої кількості товарів-аналогів і значною диверсифікацією фармацевтичних товарів; технологічні, що виражаються через залежність життєвого циклу фармацевтичних товарів від технічного прогресу; біологічні – виражаються через адаптаційні властивості вірусів і бактерій та наявністю невиліковних хвороб у світі; інформаційні – обумовлюються відсутністю інформації або перебільшенням очікуваних подій.

Урахування визначених особливостей попиту світового фармацевтичного ринку дасть можливість визначення додаткових джерел підвищення економічного та соціального ефектів функціонування світової фармацевтичної галузі.

Перспективами подальших досліджень є дослідження видів еластичності попиту світового фармацевтичного ринку та розробка на їх основі моделей управління попитом світового фармацевтичного ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабінцева Л. Ю. Засади створення державної системи інформаційного моніторингу фармацевтичного ринку / Л. Ю. Бабінцева // Медична інформатика та інженерія. – 2012. – № 1. – С. 33–36.
2. Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я : навч. посіб. / О. В. Баєва. – Київ : Центр учбової літератури, 2008. – 640 с.
3. Лин А. А. Фармацевтический рынок: фундаментальные особенности [Электронный ресурс] / А. А. Лин, С. В. Соколова // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 2. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/farmatsevticheskiy-rynok-fundamentalnye-osobennosti-statya-chast1>. – Назва з екрана.
4. Литвиненко Л. Л. Перспективи розвитку фармацевтичного ринку України в умовах поглиблення процесів євроінтеграції / Л. Л. Литвиненко, А. О. Собкова // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2015. – Вип. 40. – С. 51–57.
5. Мнушко З. М. Дослідження ринку лікарських засобів / З. М. Мнушко, І. В. Тіманюк // Фармацевтичний журнал. – 2006. – № 6. – С. 52–57.
6. Пашков В. М. Глобалізація фармацевтичного ринку: проблеми та перспективи / В. М. Пашков // Економічна теорія та право. – 2014. – № 1. – С. 148–160
7. Управление и экономика фармации : в 4 т. / под ред. Е. Е. Лоскутовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Академия, 2008. – Т. 1 : Фармацевтическая деятельность. Организация и редактирование. – 391 с.
8. Управление и экономика фармации : учебник / под. ред. Л. В. Багировой. – Москва : Медицина, 2004. – 720 с.
9. Шабельник Т. В. Маркетинго-орієнтоване управління фармацевтичним підприємством: моделі та методи : монографія / Т. В. Шабельник. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 312 с.
10. Шабельник Т. В. Аналіз впливу особливостей фармацевтичних товарів на бізнес-процеси маркетинго-орієнтованого управління / Т. В. Шабельник // Економіст: науковий та громадсько-політичний журнал. – 2013. – № 11 – С. 61–62.

REFERENCES

- Babintseva, L. Yu. (2012). Zasaki stvorenniya derzhavnogo sistemi informatsiynogo monitoringu farmatsevtichnogo rinku [Principles of creation of the state system of the informative monitoring of pharmaceutical market]. *Medichna Informatika ta Inzheneriya – Medical informatics and engineering*, (1), 33–36 [in Ukrainian].
- Baieva, O. V. (2008). *Menedzhment u haluzi okhorony zdorovia : navch. posibn [Management in industry of health protection]*. Kyiv : Tsentru uchbovoi literatury [in Ukrainian].
- Lin, A. A. (2012), Farmatsevticheskiy rynek: fundamentalnye osobennosti [Pharmaceutical market: fundamental features]. *Problemy sovremennoi ekonomyky - Problems of modern economy*, 2. Retrieved from: <http://cyberleninka.ru/article/n/farmatsevticheskiy-rynek-fundamentalnye-osobennosti-statya1-chast1> [in Russian].
- Lytvynenko, L. L. (2015). Perspektivy rozvytku farmatsevtichnogo rynku Ukrainy v umovakh pohlyblennia protsesiv yevro-intehratsii [Prospects of pharmaceutical market of Ukraine development are in the conditions of deepening of processes of eurointegration]. *Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury – Problems of increase of efficiency of infrastructure*, 40, 51–57 [in Ukrainian].
- Mnushko, Z. M. & Timaniuk, I. V. (2006). Doslidzhennia rynku likarskykh zasobiv. Farm zhurn [Market of medications research]. *Farmatsevtichniy zhurnal – Pharmaceutical magazine*, (6), 52–57 [in Russian].
- Pashkov, V. M. **Hlobalizatsiia farmatsevtichnoho rynku: problemy ta perspektyvy** [Globalization of pharmaceutical market: problems and prospects]. *Ekonomichna teoriia ta parvo – Economic theory and right*, (1), 148–160 [in Ukrainian].
- Loskutovoy, Ye. Ye. (Eds.). (2008). *Upravlenie i ekonomika farmatsii [Management and economy of farmacia]*. Moskva : Akademiya [in Russian].
- Bagirovoy, L. V. (Eds.). (2004). *Upravlenie i ekonomika farmatsii [Management and economy of farmacia]*. Moskva : Meditsina [in Russian].
- Shabelnyk, T. V. (2015). *Marketynho-oriietovane upravlinnia farmatsevtichnym pidpriemstvom: modeli ta metody : monohr [Marketingo-oriented management a pharmaceutical enterprise: models and methods]*. Poltava : PUET [in Ukrainian].
- Shabelnik, T. V. (2013). **Analiz vplyvu osoblyvostei farmatsevtichnykh tovariv na biznes-protsesi marketynho-oriietovanoho upravlinnia** [Analysis of influence of features of pharmaceutical commodities on business-processes marketingo-oriented management], *Ekonomist: naukovyi ta hromadsko-politychnyi zhurnal – Economist: scientific and public-political magazine*, 11, 61–62 [in Ukrainian].

Т. В. Шабельник, доктор економічних наук, доцент (Маріупольський державний університет). **Особенности спроса мирового фармацевтического рынка.**

Аннотация. Цель статьи заключается в выявлении особенностей спроса мирового фармацевтического рынка, их обобщении и систематизации. **Методика исследования.** Решение поставленных в статье задач выполнено с помощью таких общенаучных и специальных методов исследования: системного анализа и синтеза, систематизации и обобщения. **Результаты.** Среди основных классификационных признаков особенностей спроса мирового фармацевтического рынка в работе определены: социальные, которые выражаются через скрытые потребительские качества фармацевтических товаров; общие, которые обуславливаются наличием большого количества товаров-аналогов и значительной диверсификацией фармацевтических товаров; технологические, которые выражаются через зависимость жизненного цикла фармацевтических товаров от технического прогресса; биологические – выражаются через адаптационные свойства вирусов и бактерий и наличием неизлечимых заболеваний в мире; информационные – обуславливаются отсутствием информации или

преувеличением ожидаемых событий. **Практическая значимость результатов исследования.** Учет определённых особенностей спроса мирового фармацевтического рынка даст возможность выявления дополнительных источников повышения экономического и социального эффектов функционирования мировой фармацевтической отрасли.

Ключевые слова: мировой фармацевтический рынок, особенности спроса, эластичность, потребитель, фармацевтические товары.

T. Shabelnyk, Dc. Econ. Sci., Docent (Mariupol State University). Demands features of world pharmaceutical market.

Annotation. The purpose of the article is an exposure of demands features of world pharmaceutical market, their generalization, and systematization. **Methodology of research.** The decision of the tasks put in the article is carried out by such scientific and special methods of research: the systems analysis and synthesis, systematization and generalization. **Findings.** The global pharmaceutical market at the present stage of market development is one of the most saturated consumer commodity markets with a high level of competition, supply and diversification of pharmaceutical products. Investigating the demands peculiarities of the world pharmaceutical market, their generalization and systematization will enable to determine the sources of increasing the economic and social effects of the world pharmaceutical industry. The paper identifies the main groups of consumers in the world pharmaceutical market. The basic factors of demands formation of the world pharmaceutical market are determined. An important feature of pharmaceutical products is their social orientation. Demand for pharmaceutical products has all the categories of price elasticity. There is never a price level that would satisfy the consumer of pharmaceutical products. For the consumer, the price level for pharmaceutical products is always high. Certainly basic signs of demands features classification of world pharmaceutical market. Social – expressed through the hidden consumer qualities of pharmaceutical commodities. General – stipulated the presence of plenty of commodities-analogues and considerable diversification of pharmaceutical commodities. Technological – expressed through dependence of life cycle of pharmaceutical commodities on technical progress. Biological – expressed through adaptation properties of viruses and bacteria and by the presence of incurable diseases in the world. Informative – show up for lack of information or through the overstatement of the expected events. **Practical value.** The account of certain demands features of world pharmaceutical market is given by possibility of exposure of additional sources of increase of economic and social effects of functioning of world pharmaceutical industry.

Keywords: world pharmaceutical market, features of demand, elasticity, user, pharmaceutical commodities.