

## КЛАСИФІКАЦІЯ ОСНОВНИХ СУБ'ЄКТІВ ТА ОБ'ЄКТІВ СУЧАСНОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

**Т. В. ШАБЕЛЬНИК**, кандидат економічних наук  
(Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського)

**Анотація.** Метою статті є уточнення категорії «фармацевтичний ринок», формулювання ознак класифікації типів фармацевтичних підприємств і визначень його об'єктів і суб'єктів на підставі аналізу літературних джерел і узагальнення. На підставі проведеного дослідження запропоновано інноваційні визначення категорій фармацевтичного ринку. Виокремлено основні групи об'єктів сучасного фармацевтичного ринку, сформульовано визначення типів фармацевтичних підприємств, подано їх класифікацію за ознакою «основні бізнес-процеси». Отримані результати спрямовані на виокремлення основних груп об'єктів сучасного фармацевтичного ринку. Класифікація типів фармацевтичних підприємств за ознакою «основні бізнес-процеси» є універсальною та придатною для використання системою управління будь-яких фармацевтичних підприємств України.

**Ключові слова:** фармацевтичний ринок, фармацевтичні товари, фармацевтичні послуги, обов'язкові взаємодоповнюючі фармацевтичні товари, динамічні запаси фармацевтичних товарів.

Фармацевтичний ринок України протягом останніх років характеризується високими темпами зростання, та є одним із кризостійких секторів економіки. Наявність великої кількості суб'єктів, поділ на конкурентні сегменти вітчизняних і зарубіжних виробників, диверсифікація закупівель є об'єктивними факторами значної конкуренції на вітчизняному фармацевтичному ринку.

Отже, сучасний фармацевтичний ринок України має систему взаємопов'язаних і взаємозалежних суб'єктів і об'єктів із виробництва, розподілу, споживання фармацевтичних товарів і факторів, що впливають на ці процеси [1].

Структуру фармацевтичного ринку досліджували В. Л. Багірова [2], О. В. Баєва [3], О. Е. Лоскутова [4], О. А. Максимкіна [5], В. М. Пашков [6].

Динаміка сучасного фармацевтичного ринку диктує необхідність уточнення категорійного апарату, а саме: визначення його основних суб'єктів і об'єктів.

Метою статті є уточнення категорії «фармацевтичний ринок», формулювання ознак класифікації типів фармацевтичних підприємств і визначень його об'єктів і суб'єктів на підставі аналізу літературних джерел і узагальнення.

Визначення фармацевтичного ринку можна розглядати з позиції різних підходів, серед яких найбільше поширені системний, функціональний, економічний і маркетинговий.

Розглянемо визначення фармацевтичного ринку згідно з економічним підходом. У «Фармацевтичній енциклопедії» [7] фармацевтичний ринок трактується як економічні взаємовідносини між суб'єктами та об'єктами, що пов'язані з обміном фармацевтичних товарів і послуг, реалізація яких формує основні елементи ринку – попит, пропозицію та ціну. Провідний учений-економіст у галузі фармацевтичної промисловості С. М. Козикін визначає фармацевтичний ринок як сукупність економічних відносин, що виникають між його суб'єктами з приводу купівлі-продажу та

призначення-споживання лікарських засобів й інших товарів аптечного асортименту [8]. Відомий науковець у галузі медичного права Пашков В. М. дає визначення фармацевтичної діяльності, як суспільно корисної діяльності аптечних, фармацевтичних організацій і виробників продукції у сфері фармацевтичного обслуговування з метою реалізації фармпродукції, яка базується на поєднанні публічних і приватних інтересів і здійснюється на професійній основі [6].

Розглянемо визначення фармацевтичного ринку згідно до функціонального підходу. Відомий учений О. В. Баєва дає визначення фармацевтичного ринку як частини ринку споживчих товарів і послуг, що має певні особливості, які значно впливають на його організацію [3]. Провідний учений у галузі фармацевтичних наук О. Є. Лоскутова дає визначення фармацевтичного ринку за функціональною ознакою як частини ринку споживчих товарів і послуг, аналіз якого здійснюється з використанням системного, маркетингового та інституціонального підходів [4].

Розглянемо визначення фармацевтичного ринку згідно з маркетинговим підходом. С. М. Козикін із позиції маркетингового підходу визначає фармацевтичний ринок як сукупність існуючих і потенційних споживачів фармацевтичної продукції і сукупність товарів і послуг, що задовольняють потреби у формацийній допомозі [8]. Компанія Expert SM визначає фармацевтичний ринок як сукупність зацікавлених у виробництві, продажах і споживанні медикаментів осіб: компанії-виробники, дистриб'ютори, персонал аптек, лікарі, керівництво лікарень і безпосередньо самі пацієнти [9].

Розглянемо визначення фармацевтичного ринку згідно із системним підходом. Провідний науковець у галузі управління та економіки фармації О. А. Максимкіна дає визначення фармацевтичного ринку як відкритої системи, що являє собою сукупність взаємопов'язаних складових, серед яких: структурні елементи системи – зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, схема «вхід – вихід», зв'язки між елементами, навколишнє середовище фармацевтичної галузі [5].

З аналізу існуючих визначень фармацевтичного ринку за різними підходами (системному, функціональному, економічному та маркетинговому) випливає, що вони є неповними, оскільки в них не враховані особливості та динамічні складові сучасного фармацевтичного ринку України. Тому в умовах подальшого позиціонування фармацевтичного ринку України виникає об'єктивна необхідність їх доповнення та переосмислення. На підставі узагальнення наведених інформаційних джерел [2–9] і дослідження господарської практики сучасних фармацевтичних підприємств [1] істотним є такі визначення терміна «фармацевтичний ринок».

1. Фармацевтичний ринок – це складна соціально-економічна багаторівнева динамічна система з високим ступенем державного регулювання, яка стимулює виробництво лікарських засобів, дієтичних добавок, лікувальної косметики та виробів медичного призначення, і організацію оптових і роздрібних продажів фармацевтичних товарів через аптечні мережі, спеціалізовані продажі та дистрибуцію для задоволення потреб населення.

На фармацевтичному ринку України діє декілька типів фармацевтичних підприємств, що надає змогу ввести їх класифікацію, що ґрунтується на виокремленні основних бізнес-процесів останніх. Основними бізнес-процесами сучасних вітчизняних фармацевтичних підприємств є [1]: розробка активних хімічних сполук, виробництво фармацевтичних субстанцій, виробництво готових лікарських засобів, оптова реалізація через експорт і дистрибуцію, роздрібна реалізація через власну аптечну мережу.

Аналіз зв'язків, виокремлених бізнес-процесів, що відбуваються на сучасних фармацевтичних підприємствах, дає змогу ввести їх класифікацію за бізнес-процесами. Перелічимо типи фармацевтичних підприємств [1]: фармацевтична виробничо-торговельна корпорація, фармацевтичний виробничо-торговельний холдинг, фармацевтичне виробничо-торговельне підприємство, виробничо-фармацевтичне підприємство, мережа аптек, аптека, фармацевтичний дистриб'ютор. Сформулюємо визначення виокремлених типів фармацевтичних підприємств.

2. Фармацевтична виробничо-торговельна корпорація – це сукупність двох або більше юридичних осіб, напрямами діяльності яких є розробка активних хімічних сполук; виробництво фармацевтичних субстанцій, готових лікарських засобів; їх оптова та роздрібна реалізація за рахунок експорту, власної аптечної мережі та дистрибуції.

3. Фармацевтичний виробничо-торговельний холдинг – це юридична особа, що має ряд дочірніх підприємств, напрямами діяльності якої є розробка активних хімічних сполук; виробництво фармацевтичних субстанцій, готових лікарських засобів; їх оптова та роздрібна реалізація за рахунок експорту, власної аптечної мережі та дистрибуції.

4. Фармацевтичне виробничо-торговельне підприємство – це юридична особа, напрямами діяльності якої є розробка активних хімічних сполук; виробництво фармацевтичних субстанцій, готових лікарських засобів; їх оптова та роздрібна реалізація за рахунок експорту, власної аптечної мережі та дистрибуції.

5. Виробничо-фармацевтичне підприємство – це юридична особа, напрямами діяльності якої є розробка активних хімічних сполук; виробництво фармацевтичних субстанцій, готових лікарських засобів; їх оптова реалізація за рахунок експорту та інших аптечних мереж.

6. Мережа аптек – це юридична особа, що містить сукупність аптек, які займаються роздрібною реалізацією, працюють безпосередньо від медичних організацій або самостійно без бази у вигляді власного виробництва або перебувають у власності компаній, чий основний бізнес не є аптечними продажами. Серед них – мережі супермаркетів.

7. Аптека – це юридична особа, що працює як аптечний магазин на безрецептурній і рецептурній формі, за наявності рецептурної форми здійснює виготовлення ліків.

8. Фармацевтичний дистриб'ютор – це юридична особа, що здійснює оптові та роздрібні постачання до аптек і аптечних мереж, має технологію якісного зберігання та транспортування фармацевтичних товарів.

У спеціальній літературі з управління фармацевтичною діяльністю виокремлюють такі об'єкти фармацевтичного ринку [3, 8]: фар-

мацевтичні товари та послуги, парафармацевтичні товари, смаки та переваги споживачів, платоспроможна потреба, якість продукції, технології. Проте автори не надавали їх визначення. Такі поняття, як «смаки та переваги споживачів», «платоспроможна потреба», «якість продукції», «технології» не потребують спеціального визначення, тому що вони досить повно розкриті в літературі з економічної теорії. Такі поняття, як «фармацевтичні товари та послуги» та «парафармацевтичні товари», мають загальноприйняті визначення та регламентуються частково нормативними документами [10]. С. М. Козикін [8] товар фармацевтичного ринку визначає як фармацевтичну продукцію, більшу частину якої становлять рецептурні лікарські засоби. Згідно з джерелом [2], основним асортиментом аптеки є лікарські засоби, що є товарами особливого значення, призначенням яких є збереження здоров'я населення країни. Слід зауважити, що у виокремленому ряді об'єктів фармацевтичного ринку міститься, з одного боку, дублювання визначень деяких понять, а з другого – деякі поняття зовсім не розглядаються як об'єкти фармацевтичного ринку.

З огляду на те, що у сучасних ринкових умовах постає завдання знизити зовнішні та внутрішні ризики зниження товарообігу фармацевтичних товарів, особливої актуальності набуває необхідність виокремлення такого об'єкта фармацевтичного ринку як динамічні запаси фармацевтичних товарів. А оскільки у різні періоди часу запаси фармацевтичних товарів змінюють свою структуру та наявну кількість під впливом ринкових факторів, то доцільно також виокремити такі об'єкти фармацевтичного ринку, як динамічний асортимент фармацевтичних товарів, фармацевтичні послуги, обов'язкові взаємодоповнюючі фармацевтичні товари.

Отже, на підставі наведеного аналізу об'єктів фармацевтичного ринку виокремимо такі об'єкти сучасного фармацевтичного ринку: фармацевтичні товари, динамічний асортимент фармацевтичних товарів, фармацевтичні послуги, обов'язкові взаємодоповнюючі фармацевтичні товари, динамічні запаси фармацевтичних товарів. Враховуючи специфіку

та економічний зміст кожного з об'єктів фармацевтичного ринку, важливі є такі визначення.

9. Фармацевтичні товари – це товари спеціального призначення, що мають класифікаційні ознаки, які відрізняють їх від товарів масового споживання, та мають споживчу вартість, кінцева реалізація яких відбувається через аптечну мережу або аптеку.

10. Динамічний асортимент фармацевтичних товарів – це наявний асортимент фармацевтичних товарів у натуральному вираженні, які представлені в аптечній мережі для реалізації на певну дату, структура та кількість яких змінюється під впливом ринкових факторів за певний період часу.

11. Фармацевтичні послуги – це інформаційна та сервісна підтримка процесу реалізації фармацевтичних товарів, що сприяють залученню додаткових споживачів і збільшенню продажів, а отже, збільшенню прибутковості фармацевтичних підприємств.

12. Обов'язкові взаємодоповнюючі фармацевтичні товари – це товари, які споживач купує при купівлі основних фармацевтичних товарів, споживання яких направлено на обов'язкове зниження сукупних негативних побічних явищ основних фармацевтичних товарів.

13. Динамічні запаси фармацевтичних товарів – це фармацевтичні товари в грошовому або натуральному вираженні, що знаходяться на складах у транспортній або аптечній мережі на певну дату, структура та кількість яких змінюється під впливом ринкових факторів за певний період часу.

Отже, на підставі аналізу та узагальнення інформаційних джерел, досліджень господарської практики сучасних фармацевтичних підприємств викладені інноваційні визначення категорій: «фармацевтичний ринок», «фармацевтичні товари», «динамічний асортимент фармацевтичних товарів», «фармацевтичні послуги», «обов'язкові взаємодоповнюючі фармацевтичні товари», «динамічні запаси фармацевтичних товарів», виокремлено основні групи об'єктів сучасного фармацевтичного ринку, сформульовано визначення типів фармацевтичних підприємств та подано їх класифікацію за ознакою основні бізнес-процеси.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Шабельник Т. В. Аналіз впливу особливостей фармацевтичних товарів на бізнес-процеси маркетинго-орієнтованого управління / Шабельник Т. В. // Економіст. – 2013. – № 11. – С. 61–62.

Shabelnyk T. V. Analiz vplyvu osoblyvostei farmatsevytychnykh tovariv na biznes-protsesty marketynho-orientovanoho upravlinnia / Shabelnyk T. V. // Ekonomist. – 2013. – № 11. – S. 61–62.

2. Багірова В. Л. Управление и экономика фармации / под. ред. Л. В. Багировой. – Москва : Медицина, 2004. – 720 с.

Bahyrova V. L. Upravlenye u ekonomyky farmatsyy / pod. red. L. V. Bahyrovoi. – Moskva : Medytsyna, 2004. – 720 s.

3. Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я [Електронний ресурс] / Баєва О. В. – Режим доступу: [http://uchebnikionline.ru/medecina/menedzhment\\_u\\_galuzi\\_ohoroni\\_zdorovya\\_-\\_bayeva\\_ov/](http://uchebnikionline.ru/medecina/menedzhment_u_galuzi_ohoroni_zdorovya_-_bayeva_ov/) menedzhment\_u\_galuzi\_ohoroni\_zdorovya\_-\_bayeva\_ov.htm. – Назва з екрана.

Baieva O. V. Menedzhment u haluzi okhorony zdorov'ia [Elektronnyi resurs] / Baieva O. V. – Rezhym dostupu: [http://uchebnikionline.ru/medecina/menedzhment\\_u\\_galuzi\\_ohoroni\\_zdorovya\\_-\\_bayeva\\_ov/](http://uchebnikionline.ru/medecina/menedzhment_u_galuzi_ohoroni_zdorovya_-_bayeva_ov/) menedzhment\_u\_galuzi\_ohoroni\_zdorovya\_-\_bayeva\_ov.htm. – Nazva z ekrana.

4. Лоскутова Е. Е. Управление и экономика фармации : в 4 т. / под. ред. Е. Е. Лоскутовой. – Москва : [б. и.], 2008. – Т. 1: Фармацевтическая деятельность. Организация и редактирование. – 54 с.

Loskutova E. E. Upravleniye i ekonomika farmatsii : v 4 t. / pod. red. E. E. Loskutovoy. – Moskva : [b. i.], 2008. – T. 1: Farmatsevticheskaya deyatelnost. Organizatsiya i redaktirovaniye. – 54 s.

5. Механизмы взаимодействия субъектов фармацевтического рынка / Максимкина Е. А. // Экономический вестник фармации. – 2003. – № 8. – С. 18–22.
- Mekhanizmy vzaymodeistviya sub'ektov farmatsevticheskogo rynka / Maksymkina E. A. // Ekonomicheskiy vestnyk farmatsyy. – 2003. – № 8. – S. 18–22.
6. Пашков В. М. Проблемы правового регулирования отношений в сфере охраны здоровья (господарсько-правовий контекст) / Пашков В. М. – Київ : МОРІОН, 2009. – 448 с.
- Pashkov V. M. Problemy pravovoho rehulivannia vidnosyn u sferi okhorony zdorov'ia (hospodarsko-pravovyi kontekst) / Pashkov V. M. – Kyiv : MORION, 2009. – 448 s.
7. Фармацевтическая энциклопедия [Электронный ресурс] : веб-сайт. – Режим доступа: [www.pharmencyclopedia.com](http://www.pharmencyclopedia.com). – Назва з екрана.
- Farmatsevtichna entsyklopediia [Elektronnyi resurs] : veb-sait. – Rezhym dostupu: [www.pharmencyclopedia.com](http://www.pharmencyclopedia.com). – Nazva z ekrana.
8. Козыкин С. М. Анализ фармацевтического рынка на основе системного подхода / Козыкин С. М. // Экономические науки. – 2011. – № 10. – С. 97–99.
- Kozykin S. M. Analiz farmatsevticheskogo rynka na osnove sistemnogo pokhoda / Kozykin S. M. // Ekonomicheskiye nauki. – 2011. – № 10. – S. 97–99.
9. Дані аналітичної компанії Expert SM [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.expertsm.com/ru/markets/2011-06-06-1-55-16](http://www.expertsm.com/ru/markets/2011-06-06-1-55-16). – Назва з екрана.
- Dani analitychnoi kompanii Expert SM [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: [www.expertsm.com/ru/markets/2011-06-06-1-55-16](http://www.expertsm.com/ru/markets/2011-06-06-1-55-16). – Nazva z ekrana.
10. Про лікарські засоби [Електронний ресурс] : Закон України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>. – Назва з екрана.
- Pro likarski zasoby [Elektronnyi resurs] : Zakon Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>. – Nazva z ekrana.

**Т. В. Шабельник**, кандидат экономических наук (Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Миаила Туган-Барановского). **Классификация основных субъектов и объектов современного фармацевтического рынка Украины.**

**Аннотация.** Динамика современного фармацевтического рынка диктует необходимость уточнения категориального аппарата, а именно: определение его основных субъектов и объектов. Целью статьи является уточнение категории «фармацевтический рынок», формулирование признаков классификации типов фармацевтических предприятий и определений его объектов и субъектов на основании анализа литературных источников и их обобщения. На основании проведенного исследования предложены инновационные определения категорий фармацевтического рынка. Выделены основные группы объектов современного фармацевтического рынка, сформулированы определения типов фармацевтических предприятий, разработана их классификация по признаку «основные бизнес-процессы». Полученные результаты направлены на выделение основных групп объектов современного фармацевтического рынка. Классификация типов фармацевтических предприятий по признаку «основные бизнес-процессы» является универсальной и пригодной для использования системой управления любых фармацевтических предприятий Украины.

**Ключевые слова:** фармацевтический рынок, фармацевтические товары, фармацевтические услуги, обязательные взаимодополняющие фармацевтические товары, динамические запасы фармацевтических товаров.

**T. Shabelnik**, *Cand. Econ. Sci. (Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky)*. **Classification of basic subjects and objects of modern Ukraine pharmaceutical market.**

**Summary.** *The dynamics of today's pharmaceutical market dictates the need to clarify the categorical apparatus. Namely, in the determination of main subjects and objects. The aim of the article is the category "pharmaceutical market", the wording of classifications and definitions of objects and subjects on the basis of literature analysis and synthesis. Based on the results of the study there are proposed an innovative definition of pharmaceutical market categories, highlights the main groups of objects of modern pharmaceutical market, determination of the types of pharmaceutical companies and there was given their classification on the basis of key business processes. The results are obtained on highlighting of the main groups of modern pharmaceutical market objects, the classification of pharmaceutical company types on the basis of "core business processes" is universal and suitable for use by the control system of any of the pharmaceutical enterprises of Ukraine.*

**Keywords:** *pharmaceutical market, pharmaceutical products, pharmaceutical services, mandatory complementary pharmaceutical products, dynamic inventory of pharmaceutical products.*