

О. С. Шандрівська¹, А. В. Цветковська²
Національний університет “Львівська політехніка”,
¹ кафедра маркетингу і логістики,
² кафедра технології біологічно активних сполук,
фармації та біотехнології,
ORCID: ¹ 0000-0002-4335-2423, ² 0000-0002-6461-7128

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ: У ФОКУСІ КОНЦЕНТРАЦІЯ РИНКУ

<http://doi.org>

© Шандрівська О. С., Цветковська А. В., 2022

Досліджено динаміку розвитку вітчизняного фармацевтичного ринку в період поширення пандемії COVID-19 у частині ідентифікації конкурентних позицій фармацевтичних підприємств та розподілу “ринкової влади” між учасниками фармацевтичного ринку. Здійснено оцінювання концентрації ринку фармпродукції із використанням індексу концентрації, індексу Лінда, індексу Херфіндаля – Хіршмана та індексу Джині. Ідентифіковано результати аналізу із позицій визначення рівня ринкової влади і конкурентної структури ринку фармпродукції. Ідентифіковано підприємства, які формують “ядро” досліджуваного ринку, та визначено їх роль у формуванні гостроти конкуренції на ринку фармпродукції. За аналітичними розрахунками до таких зараховано АТ “Фармак”, Корпорацію “Артеріум”, ПрАТ “Дарниця”. Окреслено напрями розвитку фармацевтичного ринку за параметром ідентифікації рівнів конкурентної боротьби на ньому.

Ключові слова: ринок фармацевтичної продукції; ринкова частка; концентрація ринку; індекс концентрації; індекс Лінда; індекс Херфіндаля – Хіршмана; індекс Джині; зовнішньоторговельні операції.

Постановка проблеми

Фармацевтичний ринок України як складна соціально-економічна система активно демонструє динамічний розвиток окремих його сегментів та засвідчує зростання попиту кінцевих споживачів на продукцію галузі, вдосконалення товарного асортименту, розвиток фармацевтичних торговельних мереж. Становлення українського фармацевтичного ринку відбувається під впливом державної політики в частині забезпечення споживачів доступними лікарськими засобами, а також засвідчує гостру конкуренцію в сфері виробництва, дистрибуції й споживання між вітчизняними та іноземними виробниками фармацевтичної продукції, аптечними торговельними мережами, фармацевтичними дистриб'юторами в частині реалізації фармпрепаратів та аптечними закладами.

Необхідність подальшої соціалізації фармацевтичного бізнесу на фоні зростання економічної ефективності та забезпечення інноваційного розвитку суб'єктів господарювання цього сектору зумовлює необхідність комплексного оцінювання та виявлення тенденцій розвитку українського фармацевтичного ринку в умовах динамічних змін та високого рівня конкуренції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Взаємодія напрямів дослідження у частині ідентифікації факторів конкуренції на ринку фармацевтичних препаратів стосується широкого кола питань. Зокрема, проблематикою досліджень фармацевтичного ринку та його впливу на економічні засади розвитку країни займалися такі вітчизняні вчені, як Л. В. Богачева [3]; О. М. Ковінько, А. І. Стахова, А. П. Вовк – у праці [12; 32]; І. В. Пестун та З. М. Мнушко у роботі [23], О. А. Мех [16], О. М. Ковінько [12] та інші. У своїх наукових працях ці науковці вивчали засади інвестиційно-інноваційного розвитку українського фармацевтичного ринку.

Проблематику функціонування, оцінювання та виявлення тенденцій розвитку регіональних ринків фармацевтичної продукції, а також регіональних фармацевтичних кластерів досліджено у працях О. В. Матвіїв [15], Б. М. Торб'як [34], Р. В. Сагайдак–Нікітюк [31], зокрема, у контексті впливу на їх формування біотехнологічних кластерів ЄС [33].

Проблематику фармацевтичної логістики займалися такі науковці, як Б. П. Громовик та Л. М. Унгурян [4]. Сучасні тенденції розвитку логістики і логістичної інтеграції у фармації, зокрема у період пандемії розкрито у працях О. В. Посилкіної, А. Г. Лісної, В. Г. Котлярова та О. В. Літвінової [25, 26]; К. М. Полякової [24]. Перспективи дистрибуції на фармацевтичному ринку України окреслено у праці А. Ю. Могилова та Я. Д. Григолая [18].

Стратегічні аспекти розвитку фармацевтичного маркетингу розкрито у роботі Л. М. Шульгіної [35] та Н. С. Клунко [11]. Особливості маркетингового управління в системі забезпечення роздрібного ринку фармпродукції висвітлили у праці [23] такі автори, як І. В. Пестун та З. М. Мнушко. Питання щодо специфіки формування стратегії конкурентоспроможності продукції підприємств фармацевтичної галузі дослідили М. М. Бердар у праці [2] та М. П. Денисенко [5].

Систему фармацевтичної індустрії в Україні останніми роками якісно та кількісно досліджували такі фармкомпанії та фінансові видання, як фармацевтична компанії “Дарниця” спільно із фінансовим виданням BusinessViews [8; 9], фінансовий відділ видання “Аптека.ua” із використанням аналітичної системи дослідження ринку “PharmXplorer”/“Фармстандарт” компанії “Proxima Research” [19] та інші інституції.

Формулювання гіпотез і постановка цілей

Автори гіпотетично припускають, що у галузі є підстави для загострення конкуренції на цільових ринках фармпродукції, що сукупно спричиняють активізацію агресивних маркетингових заходів учасниками ринку фармпродукції. Крім того, поширення пандемії COVID-19, як припускають автори, призвело до істотного зростання місткості ринку фармпродукції, та, домінуючи, збільшення частки ринку в госпітальному сегменті. Очевидно, в обставинах поширення пандемії COVID-19 ускладнилися економічна кон'юнктура ринку фармпродукції та логістика експортно-імпорتنих операцій, що вплинуло на ефективність функціонування логістичних ланцюгів поставок фармпродукції на окремих регіональних ринках фармпродукції та в окремих його сегментах, що також спричинило загострення різних видів конкурентної боротьби. Мета роботи – викладення результатів виконаного комплексного аналізу детермінант розвитку фармацевтичного ринку України в частині оцінювання рівнів концентрації ринку фармацевтичної продукції. З урахуванням визначеної мети у роботі поставлено та виконано завдання: дослідити динаміку розвитку ринку фармацевтичної продукції України та окремих його сегментів; ідентифікувати чинники впливу на економічний розвиток українського ринку фармпродукції; визначити рівні концентрації ринку фармпродукції на основі кількісної та якісної оцінки рівнів конкуренції в галузі.

Методи дослідження

Для досягнення мети дослідження у статті використано сукупність наукових методів, які забезпечили концептуальну цілісність дослідження, зокрема: системний – для висвітлення концептуальних основ функціонування українського ринку фармацевтичної продукції; методи

діалектичної логіки, індукції, дедукції – для обґрунтування стратегічних напрямів розвитку аналізованого ринку; порівняльного та статистичного аналізу – для дослідження особливостей розвитку ринку фармацевтичної продукції; проблемно-орієнтований – для ідентифікації основних проблем економічного розвитку ринку фармацевтичної продукції та ідентифікації чинників впливу на нього; статистичного аналізу – для аналізу динаміки економічного розвитку ринку фармацевтичної продукції та окремих його сегментів; індексний метод – для оцінювання рівнів концентрації українського ринку фармацевтичної продукції. Кількісну оцінку чинників та тенденцій розвитку ринку фармацевтичної продукції доповнено якісною оцінкою предмета досліджень.

Виклад основного матеріалу

Український ринок фармацевтичної продукції як вагомий промисловий сектор та одна з найприбутковіших галузей господарського комплексу України активно демонструє зростання параметрів економічного розвитку. Згідно із даними Proxima Research, у 2020 р. місткість ринку фармацевтичної продукції становила 114 млрд грн (4,2 млрд дол.) у грошовому вираженні або 1,7 млрд упаковок – у натуральному. Відносно 2019 р. обсяги продажів зросли на 9,7 % (4,7 % – щодо дол. США) у грошовому та 2,2 % – у натуральному вираженні, тоді як зростання світового ринку ліків у 2019 р. порівняно із 2018 р. становило лише 4,5 % [19]. Поширення пандемії COVID-19, яке призвело до значних збурень у світовій торгівлі на цільових ринках фармацевтичної продукції, ускладнило кон'юнктуру українського ринку фармацевтичної продукції на внутрішніх та зовнішніх ринках, логістику експортно-імпорتنних операцій, позначилося на результативності та ефективності функціонування ланцюгів поставок фармацевтичної продукції, загостило конкурентну ситуацію на цільових ринках фармтоварів тощо. Вагомими чинниками протидії розвитку є низька купівельна спроможність населення та недостатній рівень держзакупівлі фармтоварів, що вплинуло на зміну структури експортно-імпорتنних операцій у галузі в частині зростання обсягів експортної продукції. Довготривала процедура реєстрації ліків на етапі виведення товарів – фармновинок на український ринок також є чинником протидії появі на ринку високомаржинальних фармтоварів. Тривалий низькоефективний рівень імплементації діяльності фармпідприємств у регуляторне поле ЄС в частині необхідності проведення сертифікації потужностей виробниками та фармацевтичної продукції впливає на вимушене збільшення витрат ресурсів фірм-виробників на фармринку. Відтак, це спонукало вітчизняних виробників до поглибленого аналізу кон'юнктури ринку фармацевтичної продукції, щоб вичленити чинники впливу, які домінують у середовищі їх розвитку, та сформувати альтернативні бізнес-стратегії з метою уникнення ризиків, що склалися у галузі.

Місткість світового ринку фармацевтичної продукції оцінюють у 1089 млрд доларів США, а українського ринку фармацевтичної продукції – 3,418 млрд доларів США. Темпи зростання цього ринку, як правило, перевищують темпи зростання ВВП, внаслідок чого галузь стає потенційно привабливою для входження у неї суб'єктів із інших галузей. За даними Міністерства економіки України, темпи зростання ВВП у 2022 р. мали б становити 3,8 %, у 2023 р. – 4,7 % та у 2024 р. – 5 %. Очікувані темпи розвитку роздрібного ринку фармацевтичної продукції у цей період мали б досягти 14–19 % у національній валюті. Для прикладу, в національній валюті місткість ринку фармацевтичної продукції України у 2020 р. становила 133824,47 млн грн, що на 17,059 млн грн (14,61 %) більше ніж у 2019 р. У його структурі близько 85 % займав аптечний сегмент та 15 % – госпітальний (2020 р.) [2; 3; 5]. На продукцію українських фармовиробників припадає 35,9 % товару; на товари імпортного виробництва – 64,1 % відповідно (2020 р.). Фармацевтична галузь, як сектор промисловості із великим значенням доданої вартості, вирізняється високою продуктивністю: у середньому в галузі на одного працівника припадає майже 1,4 млн грн ВВП; а також високою інвестиційною привабливістю: на кожні 100 грн доданої вартості припадає 19 грн інвестицій. Вагомий внесок у розвиток фармацевтичної галузі роблять українські виробники, які вкладають значну частку прибутку в НДДКР [5]. Аналіз місткості фармринку та часток одинадцяти українських підприємств – лідерів фармринку за 2019–2020 рр. наведено у табл. 1.

Аналіз доходу від реалізації продукції українських виробників на ринку фармацевтичної продукції України, тис грн

№	Підприємство	Чистий дохід від реалізації продукції та частка підприємств				Відносне відхилення чистого доходу, % 2020/2019
		2019	%	2020	%	
1	АТ “Фармак”	6400843	5,48	7410007	5,5 4	115,77
2	Корпорація “Артеріум”	4083533	3,50	3653472	2,7 3	89,47
3	ПрАТ “Дарниця”	3312103	2,84	3612985	2,7 0	109,08
4	ТОВ “Фармацевтична компанія “Здоров’я”	2304235	1,97	2038351	1,5 2	88,46
5	АТ “Київський вітамінний завод” (“КВЗ”)	2250100	1,93	2564341	1,9 2	113,97
6	АТ “Науково-виробничий центр “Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод” (АТ “БХФЗ”)	1490599	1,28	1708741	1,2 8	114,63
7	АТ “Лекхім”	1235820	1,06	1436680	1,0 7	116,25
8	ПрАТ “По виробництву інсулінів “Індар”	942470	0,81	591543	0,4 4	62,76
9	ПрАТ “Лекхім Харків”	574179	0,49	683638	0,5 1	119,06
10	ПрАТ ФФ “Віола”	359506	0,31	426202	0,3 2	118,55
11	ПАТ “Монфарм”	167321	0,14	150705	0,1 1	90,07
Місткість ринку		116765169		133824471		–

Джерело: розраховано згідно з [6, 10, 13–14, 20–21, 27–30].

Проаналізуємо кон’юнктуру ринку фармпродукції. Поширення пандемії COVID-19, як домінантного чинника впливу, призвело до різкого коливання попиту на окремі асортиментні групи (антибіотики, протизапальні, жарознижувальні, протизастудні, антитромботичні, противірусні засоби) та ускладнило кон’юнктуру ринку фармацевтичної продукції, логістику експортно-імпортних операцій (домінантно через значні затримки процедур розмитнення препаратів), реалізацію інвестиційних проєктів, конкурентну ситуацію на цільових ринках фармгалузі. Незважаючи на окреслені проблеми, виробники фармпродукції нарощують обсяги виробництва та знаходять можливості для розвитку. Для прикладу, на етапі постачання сировини (домінантно з Китаю та Індії) дефіцит сировини було подолано завдяки запасам на виробничих складах та в аптеках; щодо адаптації до різкого зростання попиту на фармпрепарати у період пандемії – підприємства переорієнтовуються на виробництво лікарських препаратів для інтенсивної терапії (для прикладу, випуск нової лінійки “Парацетамол-Дарниця”, ПрАТ “Дарниця” [5]); запровадження контрактного виробництва, яке поєднує здатність до використання інноваційних технологій та пришвидшення виходу препарату на ринок (для орендодавця) й отримання додаткового джерела фінансування (для орендаря). Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій знайшов відображення у фармсекторі: у галузі впроваджено електронну систему охорони здоров’я у частині запровадження електронного документообігу, електронних рецептів; розширення роздрібно-інтернет-торгівлі фармпрепаратами тощо.

Проте інноваціям на етапі клінічних випробувань перешкоджають законодавча неврегульованість питань взаємодії дослідника та лікувального закладу в частині затвердження термінів

випробувань, що призводить до низького рівня реалізації потенціалу галузі. Для прикладу, у 2020 р. в Україні здійснено 12 клінічних випробувань, 10–15 % від наявного потенціалу, тоді як у Великій Британії – 125, у Німеччині – 108, у США – 90 випробувань відповідно; терміни затвердження досліджень – до пів року, тоді як у країнах ЄС – до двох місяців. Тривалий період виходу на фармринки генериків українського виробництва, низька доступність препаратів-генериків для кінцевих споживачів, які спричинені тривалою дією патентного захисту оригінальних ліків, складна процедура реєстрації ліків, необхідність проходження сертифікації на відповідність вимогам GMP в Україні та у країнах ЄС формують додаткові бар'єри входу в галузь, що в умовах зниження купівельної спроможності споживачів загострює конкуренцію між суб'єктами господарювання. Окреслене актуалізує оцінювання рівнів концентрації ринку фармпродукції.

Для оцінювання рівня концентрації українського ринку фармпродукції розрахуємо індекс Херфіндала – Хіршмана, який визначають за формулою:

$$HHI = \sum_{i=1}^N s_i^2, \quad (1)$$

де s_i – ринкова частка i -го підприємства, %; n – кількість фірм, для яких розраховують показник, од.; $i = 1, \dots, n$. Якщо значення індексу нижче за 1000 – наявна незначна концентрація ринку, 1000–1800 – середня концентрація ринку, понад 1800 – висока концентрація ринку.

Альтернативою до індексу Херфіндала – Хіршмана є індекс ринкової концентрації, який розраховують за формулою:

$$IPK = \sum_{i=1}^N s_i \quad (2)$$

Результати розрахунку подамо в табл. 2.

Таблиця 2

Індекс Херфіндала – Хіршмана та індекс ринкової концентрації на ринку фармпродукції

№	Підприємство	Частка ринку, %			
		2019		2020	
		s_i	s_i^2	s_i	s_i^2
1	АТ “Фармак”	5,48	30,030	5,54	30,6916
2	Корпорація “Артеріум”	3,5	12,25	2,73	7,4529
3	ПрАТ “Дарниця”	2,84	8,0656	2,7	7,29
4	ТОВ “Фармацевтична компанія “Здоров’я”	1,97	3,8809	1,52	2,3104
5	АТ “Київський вітамінний завод” (“КВЗ”)	1,93	3,7249	1,92	3,6864
6	АТ “Науково-виробничий центр “Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод” (АТ “БХФЗ”)	1,28	1,6384	1,28	1,6384
7	АТ “Лекхім”	1,06	1,1236	1,07	1,1449
8	ПрАТ “По виробництву інсулінів “Індар”	0,81	0,6561	0,44	0,1936
9	ПрАТ “Лекхім Харків”	0,49	0,2401	0,51	0,2601
10	ПрАТ ФФ “Віола”	0,31	0,0961	0,32	0,1024
11	ПАТ “Монфарм”	0,14	0,0196	0,11	0,0121
Індекс Херфіндала – Хіршмана		–	61,7257	–	54,7828
Індекс ринкової концентрації ₁₂		19,81	–	18,14	–
Індекс ринкової концентрації ₃		11,82		10,97	

Джерело: власна розробка.

У 2019–2020 рр. (табл. 1) індекс Херфіндала – Хіршмана (ринки фармпрепаратів) становив 61,7257 та 54,7828 відповідно (<1000); індекс ринкової концентрації – 19,81 та 18,14 відповідно, що свідчить про виражену конкуренцію на ринку.

Для визначення кількості підприємств, які домінують на ринку фармпродукції (межі олігополії), розрахуємо індекс Лінда. Цей індекс потрібен, щоб визначити підприємств-лідерів на ринку та простежити появу монополістів. Якщо значення індексу збільшилось на понад граничне значення ($\Delta > 200\%$), то до “збурювальних” підприємств застосують антимонопольне законодавство. Індекс Лінда для двох підприємств визначають за формулою:

$$IL2 = \frac{s1}{s2} \cdot 100\% \quad (3)$$

де $IL2$ – індекс Лінда для двох підприємств; $s1$ – ринкова частка першого підприємства, %; $s2$ – ринкова частка другого підприємства, % (послідовність підприємств – за зменшенням їхньої ринкової частки).

Індекс Лінда для трьох підприємств визначають за формулою:

$$IL3 = \frac{1}{2} * \left(\frac{s1}{\frac{s2 + s3}{2}} + \frac{\frac{s1 + s2}{2}}{s3} \right) \quad (4)$$

Індекс Лінда для чотирьох підприємств обчислюють за формулою:

$$IL4 = \frac{1}{3} * \left(\frac{s1}{\frac{s2 + s3 + s4}{3}} + \frac{\frac{s1 + s2}{2}}{\frac{(s3 + s4)}{2}} + \frac{\frac{s1 + s2 + s3}{3}}{s4} \right) \quad (5)$$

Індекс розраховують до значення $L_{m+1} > L_m$, що називають “порушенням неперервності показника L ”, тобто до появи у розрахунку малої частки підприємства на ринку фармпродукції.

Таблиця 3

**Результати розрахунку індексу Лінда
(ринку фармпродукції) за 2019–2020 рр., %**

Індекс Лінда	Рік	
	2019	2020
для двох підприємств, IL2	157	203
для трьох підприємств, IL3	135	102
для чотирьох підприємств, IL4	301	284

Джерело: власна розробка.

Значення індексу Лінда зменшується до $L4$ (2019; 2020 рр.), на рівні якого відбувається “порушення неперервності показника L ” ($L_{m+1} > L_m$). Отже, у 2019–2020 рр. три найприбутковіших підприємства (АТ “Фармак”, Корпорація “Артеріум”, ПрАТ “Дарниця”) формували “жорстку” олігополію.

Для визначення міри нерівномірності доходів фармпідприємств розраховано індекс Джині, який відображає ступінь відхилення значення фактичного розподілу часток підприємств від значення рівномірності розподілу часток. Що ближче значення індексу Джині до 1, то нерівномірнішим є розподіл доходів підприємств. Індекс Джині визначають за формулою:

$$G = 1 - 2 \sum x_i \times Sum(y_i) + \sum x_i \times y_i, \quad (6)$$

де x_i – частка i -го підприємств від кількості підприємств; y_i – частка доходу i -го підприємства від місткості ринку.

Як видно з табл. 4, індекс Джині (український ринок фармацевтичних препаратів, 2019 р.) становив 0,28. Розрахунок показника диференціації та коефіцієнта Джині (ринку фармацевтичних препаратів, 2020 р.) наведено у табл. 5.

Таблиця 4

**Розрахунок показника диференціації і коефіцієнта Джині:
український ринок фармацевтичних препаратів, 2019 р.**

Підприємство	y_i	x_i	Показник диференціації, y_i/x_i	$\Sigma(x_i)$	$\Sigma(y_i)$	$x_i \cdot y_i$	$x \cdot \Sigma(y_i)$
ПАТ "Монфарм"	0,007	0,09	0,080	0,090	0,007	0,001	0,001
ПрАТ ФФ "Віола"	0,016	0,09	0,173	0,180	0,023	0,001	0,002
ПрАТ "Лекхім Харків"	0,025	0,09	0,276	0,270	0,048	0,002	0,004
ПрАТ "Індар"	0,041	0,09	0,453	0,360	0,088	0,004	0,008
АТ "Лекхім"	0,053	0,09	0,594	0,450	0,142	0,005	0,013
АТ "БХФЗ"	0,064	0,09	0,716	0,540	0,206	0,006	0,019
АТ "КВЗ"	0,097	0,09	1,081	0,630	0,304	0,009	0,027
ТОВ "Здоров'я"	0,100	0,09	1,107	0,720	0,403	0,009	0,036
ПрАТ "Дарниця"	0,143	0,09	1,592	0,810	0,547	0,013	0,049
Корпорація "Артеріум"	0,177	0,09	1,962	0,900	0,723	0,016	0,065
АТ "Фармак"	0,277	0,09	3,076	0,990	1,000	0,025	0,090
Сума	1,000	1	–	–	–	0,09	0,31
Індекс Джині	0,28						

Джерело: власна розробка.

Таблиця 5

**Розрахунок показника диференціації і коефіцієнта Джині:
український ринок фармацевтичних препаратів, 2020 р.**

Підприємство	y_i	x_i	Показник диференціації, y_i/x_i	$\Sigma(x_i)$	$\Sigma(y_i)$	$x_i \cdot y_i$	$x \cdot \Sigma(y_i)$
ПАТ "Монфарм"	0,006	0,09	0,069	0,090	0,006	0,001	0,001
ПрАТ ФФ "Віола"	0,018	0,09	0,195	0,180	0,024	0,002	0,002
ПрАТ "Індар"	0,024	0,09	0,271	0,270	0,048	0,002	0,004
ПрАТ "Лекхім Харків"	0,028	0,09	0,313	0,360	0,076	0,003	0,007
"Артеріум"	0,059	0,09	0,658	0,450	0,135	0,005	0,012
АТ "Лекхім"	0,070	0,09	0,782	0,540	0,206	0,006	0,019
АТ "БХФЗ"	0,084	0,09	0,933	0,630	0,290	0,008	0,026
ТОВ "Здоров'я"	0,106	0,09	1,174	0,720	0,395	0,010	0,036
АТ "КВЗ"	0,149	0,09	1,654	0,810	0,544	0,013	0,049
ПрАТ "Дарниця"	0,150	0,09	1,672	0,900	0,695	0,014	0,063
АТ "Фармак"	0,305	0,09	3,391	0,990	1,000	0,027	0,090
Сума	1,000	1	–	–	–	0,09	0,31
Індекс Джині	0,29						

Джерело: власна розробка.

Як видно із табл. 5, індекс Джині (український ринок фармацевтичних препаратів, 2020 р.) становив 0,29; аналогічно розраховано показник у 2019 р. – 0,28. Динаміка цього показника у 2019–2020 рр. свідчить про значно нижчий за середній показник диференціації доходів серед українських фармпідприємств, тобто низький рівень розшарування їхніх доходів.

Аналіз економічної кон'юнктури українського ринку фармацевтичної продукції та динаміки розвитку окремих його сегментів дав змогу ідентифікувати основні види конкурентної боротьби на ринку фармпрепаратів, а саме:

- значну конкуренцію між вітчизняними та закордонними фармацевтичними підприємствами-виробниками, а також світовими лідерами фарміндустрії, які потенційно можуть ввійти на цей ринок, активний розвиток підприємств суміжних галузей (для прикладу, галузі біотехнології) та інших галузей (для прикладу – харчової, переробної), стратегії розвитку яких передбачають у перспективі входження на ринок фармпродукції;
- тиск із боку товарів-замінників, а також конкуренцію з боку оригінальних та генеричних препаратів; біологічно активних добавок тощо;
- конкуренцію логістичних ланцюгів поставок фармпрепаратів; конкурентну боротьбу за домінування у госпітальному/аптечному сегментах та представлення власних інтересів в каналах розподілу фармпродукції (на рівні лікарів, гуртовиків, провізорів тощо);
- конкуренцію на рівні гуртово-роздрібною торгівлі – формування мереж аптек під егідою/у власності складів гуртової торгівлі, тиск із боку мережі локальних аптек, які об'єднані у гуртові організації тощо, які сукупно розширюють та ускладнюють конкурентну боротьбу на ринку;
- тиск з боку споживачів, які через низькі бар'єри доступу до інформації стали обізнанішими у характеристиках фармпрепаратів, та набули здатності звернення до широкого кола суб'єктів ринку надання медичних послуг, зокрема консультаційних (у зв'язку із упровадженням електронної медичної системи Helsi, розвитком приватних кабінетів тощо).

Очевидно, у секторах виробництва ліків та гуртово-роздрібною торгівлі фармпрепаратами домінантно слід очікувати подальшої консолідації бізнесу та виходу із ринку слабких контрагентів через їхню низьку платоспроможність, обмежений доступ до ресурсів та інші фактори, що формують сприятливе інституційне середовище для активного використання кластерних технологій та моделей у фармсекторі.

Висновки

У роботі проаналізовано економічну кон'юнктуру українського ринку фармпродукції. Встановлено, що український ринок фармацевтичної продукції формує значну частку ВВП України (близько 1 %) та розвивається у всіх сегментах господарської діяльності із істотними приростами. Так, засвідчено зростання місткості українського ринку фармпродукції у 2019–2020 рр.: з 116765,169 млн грн (у 2019 р.) до 133824,471 млн грн (у 2020 р.), або зростання на 17059,302 млн грн (11,46 %).

Пандемія суттєво змінила структуру ринку фармпродукції в частині збільшення частки госпітального сегмента, який зріс на 4 % за рахунок збільшення продажів, домінантно протимікробних засобів. Виявлено, що зростання продажів зумовлено збільшенням частки іноземних препаратів із Німеччини, Індії, Франції, Італії та Словенії. У 2020 р. співвідношення часток імпортного та власного виробництва становило 64,1 % та 35,9 % відповідно.

У 2020 р. відносно 2019 р. серед українських виробників фармпродукції лідерами ринку стали чотири підприємства, які засвідчили приріст обсягів продажів порівняно з 2019 р.: АТ “Фармак” – на 1009164 тис. грн, або 15,77 %; АТ “Лекхім” на 200860 тис. грн, або 16,25 %; ПрАТ “Лекхім Харків” – на 258832 тис. грн, або 19,06 %; ПрАТ ФФ “Віола” на 66696 тис. грн, або 18,55 %. АТ “Науково-виробничий центр “Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод” збільшило обсяг продажу продукції на 218142 тис. грн та показало стабільний показник частки на ринку фармпродукції.

Встановлено, що поширення пандемії COVID-19, яке призвело до значних збурень у світовій торгівлі на цільових ринках фармпродукції, ускладнило кон'юнктуру українського ринку фармпродукції на внутрішніх та зовнішніх ринках, логістику експортно-імпортних операцій, позначилося на результативності та ефективності функціонування ланцюгів поставок фармпродукції, загострило

конкурентну ситуацію на цільових ринках фармтоварів. Відтак, це загострило конкурентну ситуацію на ринку фармпродукції та актуалізувало дослідження рівнів концентрації ринку фармпродукції із використанням індексного інструментарію. Зокрема встановлено, що індекс Херфіндаля – Хіршмана у 2019 р. становив 61,69, у 2020 р. – 54,75, що в динаміці становило 11,26 в. п., що свідчить про незначне посилення конкуренції в секторі. У 2019–2020 рр. абсолютні значення індексу Херфіндаля – Хіршмана менші за 1000. Зроблено висновок, що концентрація ринку фармпродукції низька, тобто виражена конкуренція на досліджуваному ринку.

Альтернативою індексу Херфіндаля – Хіршмана є індекс ринкової концентрації, який у 2019–2020 рр. для досліджуваних підприємств-лідерів становив 19,81 та 18,14 відповідно. Це вказує на зниження ринкової влади досліджуваних підприємств (на 1,67 в. п.). Ринкова влада трьох найбільших фармпідприємств, яка досягла у 2019–2020 рр. 11,82 та 10,97 відповідно, в динаміці продемонструвала деяке зниження рівня концентрації на ринку, а, відтак, підтвердила розвиток конкурентних відносин на фармринку.

Застосування індексу Лінда засвідчило розподіл часток ринку між найбільшими підприємствами на фармацевтичному ринку: АТ “Фармак”, Корпорація “Артеріум” та ПрАТ “Дарниця” (2019–2020 рр.), які сформували “ядро” ринку фармпрепаратів.

Індекс Джині у 2019–2020 рр. становив 0,28 та 0,29 відповідно. Абсолютні значення цього індексу свідчать про низький рівень відхилення фактичних значень ринкових часток підприємств від їх рівномірних ринкових часток.

Конкурентний аналіз економічної кон’юнктури українського ринку фармацевтичної продукції дав змогу виявити принципові види конкуренції на ньому. Серед них – конкуренція між підприємствами: вітчизняними та зарубіжними; препаратів-аналогів; оригінальних препаратів та препаратів-генериків; лікарських препаратів та дієтичних добавок; гуртового (госпітального) сегмента; роздрібного (аптечного) сегмента тощо.

Виконання у динаміці конкурентного аналізу виявило тенденцію до збільшення концентрації ринку та, відповідно, виходу із нього слабких фармвиробників і ускладнення входу в нього нових фармацевтичних підприємств.

Перспективи подальших досліджень

Загострення конкуренції та тривале поширення пандемії COVID-19 актуалізують дослідження рівнів конкуренції в окремих сегментах українського фармацевтичного ринку, що є предметом окремого дослідження.

1. Аналіз фармацевтичного і аптечного ринку України. Pro consulting. Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг (2021). URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-farmaceuticheskogo-i-aptechnogo-rynka-ukrainy-2020-god> (дата звернення: 29.11.2021).

2. Бердар М. М. (2014). Стратегії конкурентоспроможності продукції підприємств фармацевтичної галузі України. *Теоретичні та прикладні питання економіки*, 1 (28), 346–358.

3. Богачева Л. В. (2006). Фарміндустрія України: підсумки, проблеми і стратегія розвитку. Київ: РВПС України НАН України, 243 с.

4. Громовик Б. П., Унгурян Л. М. (2013). Фармацевтична логістика: фокус на допомозі пацієнту. Львів: Растр-7, 212 с.

5. Денисенко М. П. (2008). Стратегія управління ризиком підприємств фармацевтичної галузі. *Актуальні проблеми економіки*, 3, 57–62.

6. Звітність. Arterim. (2021). URL: <https://www.arterium.ua/financial-reports> (дата звернення: 29.11.2021).

7. Зростання попри COVID-виклики. Яких змін зазнала фарміндустрія в Україні за останній рік. РБК-Україна. (2021). URL: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/rost-nesmotrya-covid-vyzovy-kakih-izmeneniy-1635321973.html> (дата звернення: 29.11.2021).

8. Інфографічний довідник “Фармацевтика України 2021” (2021). URL: <https://www.darnitsa.ua/api/pharma-directory/pharmaceutyka-ukrainy-2021/%D1%84%D0%B0%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B5%D0%B2%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0%20%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8%202021.pdf> (дата звернення: 29.11.2021).

9. Інфографічний довідник “Фармацевтика України 2020” (2020). URL: https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2020.pdf (дата звернення: 29.11.2021).
10. Інформація емітента. Здоров’я фармацевтична компанія (2021). URL: <https://zt.com.ua/pro-kompaniyu/informatsiya-emitenta/> (дата звернення: 29.11.2021).
11. Клунко Н. С. (2011). Модель управління у фармацевтичній компанії на основі стратегічного аналізу ситуацій. *Економіка промисловості*, 4, 122–130.
12. Ковінько О. М., Стахова А. І., Вовк А. П. (2017). Фармацевтичний ринок України як рушійний важіль розвитку економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 11, С. 56–59.
13. Корпоративна звітність. Дарниця. (2021). URL: <https://www.darnitsa.ua/reports> (дата звернення: 29.11.2021).
14. Корпоративна інформація. Монфарм. (2021). URL: <http://www.monfarm.com.ua/index-5.html> (дата звернення: 29.11.2021).
15. Матвіїв О. В. (2014). Кластеризація фармацевтичної галузі як метод зміцнення її фінансово-інвестиційного потенціалу. *Актуальні проблеми економіки*, 8, 81–89. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_8_11 (дата звернення 29.11.2021).
16. Мех О. А. (2008). Інноваційно-соціальні аспекти розвитку фармацевтичної галузі України: монографія. Київ, 408 с.
17. Мільярди проти епідемії: як фармринок переживає кризу. Mind. (2020). URL: <https://mind.ua/publications/20216941-milyardi-proti-epidemiyi-yak-farmrinok-perezhive-krizu> (дата звернення: 29.11.2021).
18. Моголова А. Ю., Григоля Я. Д. (2021). Сучасний стан та перспективи дистрибуції на фармацевтичному ринку України. *Електронне фахове видання “Ефективна економіка”*. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.1.2.
19. Огляд фармринку за підсумками 2020* р. Аптека. ua щотижневик (2021). URL: <https://www.apteka.ua/article/580346> (дата звернення: 29. 11. 2021).
20. Оголошення, протоколи та звітність. БХФЗ (2021). URL: <http://bcpp.com.ua/shareholders> (дата звернення: 29.11.2021).
21. Офіційний сайт Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України (2021). URL: https://smida.gov.ua/db/feed/showform/fin_general/59301 (дата звернення: 29. 11. 2021).
22. Офіційний сайт Державної служби статистики України (2020). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 29. 11. 2021).
23. Пестун І. В., Мнушко З. М. (2010). *Маркетингове управління в системі забезпечення населення ліками*. Харків: НФаУ, 272 с.
24. Полякова К. М. (2020). Наслідки пандемії COVID-19 для фармацевтики: виклики для галузі та для країни. *Capital Times*. URL: <https://www.capital-times.com/ua-ua/kak-pandemiya-povliyala-na-rynki-farmaceutik> (дата звернення 29.11.2021).
25. Посилкіна О. В., Лісна А. Г., Котлярова В. Г. та ін. (2020). Сучасні тенденції розвитку логістики і логістичної інтеграції у фармації: монографія. Харків: НФаУ, 523 с.
26. Посилкіна О. В., Літвінова О. В., Лісна А. Г. (2020). Шляхи вирішення актуальних проблем фармацевтичної логістики в період пандемії. *Фармацевтичний журнал*, 6, С. 3–15. DOI: 10.32352/0367-3057.6.20.01.
27. Річна інформація емітента цінних паперів за 2020 рік. ЛЕКХІМ. Приватне акціонерне товариство (2021). URL: <http://lekxim.mbk.biz.ua/?p=250> (дата звернення: 29.11.2021).
28. Річний звіт за 2020 рік // ПрАТ “Лекхім-Харків” (2021). URL: <http://lekhimkharkiv.pat.ua/emitents/reports/year/2020> (дата звернення: 29.11.2021).
29. Річний звіт за 2020 рік. ПрАТ ФФ “ВІОЛА”. (2021). URL: <http://viola.pat.ua/emitents/reports/year/2020> (дата звернення: 29.11.2021).
30. Річні звіти щодо діяльності АТ “Київський вітамінний завод”. Київський вітамінний завод (2021). URL: <https://www.vitamin.com.ua/ua/Information/report/report2020/> (дата звернення: 29.11.2021).
31. Сагайдак-Нікітюк Р. В. (2011). Створення фармацевтичних кластерів в Україні на підставі логістичного менеджменту та міжнародних стандартів якості. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*, 3, С. 24–32.
32. Стахова А. І. Вовк А. П. (2017). Фармацевтичний ринок України як рушійний важіль розвитку економіки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету; Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 11, С. 56–59.
33. Ткаленко С. І. (2015). Особливості формування біотехнологічних кластерів ЄС: досвід для України. *Проблеми економіки*, 1, С. 37–42.

34. Горб'як Б. М. (2017). Інструментарій управління процесами формування регіональних фармацевтичних кластерів. *Український журнал прикладної економіки*, 2, С. 101–109.

35. Шульгіна Л. М. (2012). Особливості фармацевтичного маркетингу: стратегічний аспект. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*, 4, С. 112–114.

1. Analiz farmatsevychnoho i aptechnoho rynku Ukrainy [Analysis of the pharmaceutical and pharmacy market of Ukraine]. Pro consulting. Analitika ryнкiv. Finansovyi konsal'tynh. (2021). [Pro consulting. Market analysis. Financial consulting]. Retrieved from: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-farmatsevticheskogo-i-aptechnogo-rynka-ukrainy-2020-god> (accessed 29 November 2021).

2. Berdar M. M. (2014). Stratehii konkurentospromozhnosti produktii pidpriemstv farmatsevychnoi haluzi Ukrainy [Strategies of competitiveness of products of enterprises of the pharmaceutical industry of Ukraine]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky [Strategies of competitiveness of products of enterprises of the pharmaceutical industry of Ukraine]*, 1, pp. 346–358.

3. Bohacheva L.V. (2006). Farmindustriia Ukrainy: pidsumky, problemy i stratehiia rozvytku [Pharmaceutical industry of Ukraine: results, problems and development strategy]. Kyiv: RVPS Ukrainy NAN Ukrainy, 243 p.

4. Hromovyk B. P., Unhurian L. M. (2013). Farmatsevychna lohistyka: fokus na dopomozhi patsiientu [Pharmaceutical logistics: focus on patient care]. Lviv: Rastr-7, 212 p.

5. Denysenko M. P. (2008). Stratehiia upravlinnia ryzykom pidpriemstv farmatsevychnoi haluzi [Risk management strategy of pharmaceutical companies.]. Aktualni problemy ekonomiky [Current problems of the economy], 3, pp. 57–62.

6. Zvitnist [Reporting]. Arterim. (2021). Retrieved from: <https://www.arterium.ua/financial-reports> (accessed 29 November 2021).

7. Zrostantia popry COVID-vyklyky. Yakykh zmin zaznala farmindustriia v Ukraini za ostannii rik [Growth despite COVID challenges. What changes has the pharmaceutical industry in Ukraine over the past year]. РБК-Україна [RBC-Ukraine]. (2021). Retrieved from: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/rost-nesmotrya-covid-vyzovy-kakih-izmeneniy-1635321973.html> (accessed 29 November 2021).

8. Infografichni dovidnyk "Farmatsevyka Ukrainy 2021" [Infographic reference book "Pharmaceuticals of Ukraine 2021"]. (2021). Retrieved from: <https://www.darnitsa.ua/api/pharma-directory/pharmatsevyka-ukrainy> (accessed 29 November 2021).

9. Infografichni dovidnyk "Farmatsevyka Ukrainy 2020" [Infographic reference book "Pharmaceuticals of Ukraine 2020"]. (2020). Retrieved from: https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2020.pdf (accessed 29 November 2021).

10. Informatsiia emitenta [Issuer information]. Zdorovia farmatsevychna kompaniia [Pharmaceutical company "Zdorovye"]. (2021). Retrieved from: <https://zt.com.ua/pro-kompaniyu/informatsiya-emitenta/> (accessed 29 November 2021).

11. Klunko N. S. (2011). Model upravlinnia u farmatsevychnii kompanii na osnovi stratehichnoho analizu sytuatsii [Management model in a pharmaceutical company based on strategic situation analysis]. *Ekonomika promyslovosti [Economics of Industry]*, 4, pp. 122–130.

12. Kovinko O. M. Ctakhova A. I. Vovk A. P. (2017). Farmatsevychnyi rynek ukrainy yak rushiinyi vazhil rozvytku ekonomiky [The pharmaceutical market of Ukraine as a driving force of economic development.]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Serii: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International Economic Relations and the World Economy]*, 11, 59 p.

13. Korporatyvna zvitnist [Corporate reporting]. Darnytsia [Darnitsa] (2021). Retrieved from: <https://www.darnitsa.ua/reports> (accessed 29 November 2021).

14. Korporatyvna informatsiia [Corporate information]. Monfarm [Monfarm] (2021). Retrieved from: <http://www.monfarm.com.ua/index-5.html> (accessed 29 November 2021).

15. Matviiv O. V. (2014). Klasteryzatsiia farmatsevychnoi haluzi yak metod zmitsnennia yii finansovo-investytsiinoho potentsialu [Clustering of the pharmaceutical industry as a method of strengthening its financial and investment potential]. *Aktualni problemy ekonomiky [Actual problems of economy]*, 8, pp. 81–89. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2014_8_11. (accessed 29 November 2021).

16. Mekh O. A. (2008). Innovatsiino-sotsialni aspekty rozvytku farmatsevychnoi haluzi Ukrainy: monohrafiia [Innovative and social aspects of the development of the pharmaceutical industry of Ukraine: monograph]. Kyiv, 408 p.

17. Miliardy proty epidemii: yak farmrynok perezhivaie kryzu [Billions against the epidemic: how the pharmaceutical market is experiencing a crisis]. Mind [Mind] (2020). Retrieved from: <https://mind.ua/publications/20216941-milyardi-proti-epidemiyi-yak-farmrynok-perezhivaie-kryzu> (accessed 29 November 2021).

18. Mohylova A. Yu., Hryholaia Ya. D. (2021). Suchasnyi stan ta perspektyvy dystributsii na farmatsevychnomu rynku Ukrainy [Current state and prospects of distribution in the pharmaceutical market of

Ukraine]. Elektronne fakhove vydannia “Efektivna ekonomika” [Electronic professional publication “Effective Economy”]. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.1.2

19. Ohliad farmrynku za pidsumkamy 2020 [Review of the pharmaceutical market in 2020]. Apteka. ua shchotyzhnevuk [Weekly “Apteka. ua”] (2021). Retrieved from: <https://www.apteka.ua/article/580346> (accessed 29 November 2021).

20. Oholoshennia, protokoly ta zvitnist [Announcements, protocols and reporting]. BKhFZ [BCPP] (2021). Retrieved from: <http://bcpp.com.ua/shareholders> (accessed: 29 November 2021).

21. Ofitsiyni sait Ahentstva z rozvytku infrastruktury fondovoho rynku Ukrainy [Official site of the Stock Market Infrastructure Development Agency of Ukraine] (2021). Retrieved from: https://smida.gov.ua/db/feed/showform/fin_general/59301 (accessed 29 November 2021).

22. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official site of the State Statistics Service of Ukraine] (2020). Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 29 November 2021).

23. Pestun I. V., Mnushko Z. M. (2010). Marketynhove upravlinnia v systemi zabezpechennia naseleння likamy [Marketing management in the system of providing the population with medicines]. Kharkiv: NFaU, 272 p.

24. Poliakova K. M. (2020). Naslidky pandemii COVID-19 dlia farmatsevytky: vyklyky dlia haluzi ta dlia krainy [Consequences of the COVID-19 pandemic for pharmaceuticals: challenges for industry and for the country]. Retrieved from: <https://www.capital-times.com/ua-ua/kak-pandemiya-povliyala-na-rynki-farmacevtik> (accessed 29 November 2021).

25. Posylkina O. V., Lisna A. H., Kotliarova V. H. ta in. (2020). Suchasni tendentsii rozvytku lohistyky i lohistychnoi intehtatsii u farmatsii: monohrafiia [Modern trends in the development of logistics and logistics integration in pharmacy: a monograph]. Kharkiv: NFaU, 523 p.

26. Posylkina O. V., Litvinova O. V., Lisna A. H. (2020). Shliakhy vyrishennia aktualnykh problem farmatsevychnoi lohistyky v period pandemii [Ways to solve current problems of pharmaceutical logistics during the pandemic]. Farmatsevychnyi zhurnal [Pharmaceutical Journal], 6, pp. 3–15. DOI: 10.32352/0367-3057.6.20.01.

27. Richna informatsiia emitenta tsinnykh paperiv za 2020 rik [Annual information of the issuer of securities for 2020]. LEKKhIM Pryvatne aktsionerne tovarystvo [Private joint stock company “Lekhim”]. [Private joint stock company]. (2021). Retrieved from: <http://lekxim.mbk.biz.ua/?p=250> (accessed 29 November 2021).

28. Richnyi zvit za 2020 rik [Annual report for 2020]. PrAT “Lekhim-Kharkiv” [Private joint stock company “Lekhim-Kharkiv”]. (2021). Retrieved from: <http://lekhimkharkiv.pat.ua/emitents/reports/year/2020> (accessed 29 November 2021).

29. Richnyi zvit za 2020 rik [Annual report for 2020]. PrAT FF “VIOLA” [Private joint stock company Pharmaceutical Factory “VIOLA”]. (2021). Retrieved from: <http://viola.pat.ua/emitents/reports/year/2020> (accessed 29 November 2021).

30. Richni zvity shchodo diialnosti AT “Kyivskiyi vitaminnyi zavod” [Annual reports on the activities of “Kyiv Vitamin Plant”]. Kyivskiyi vitaminnyi zavod [Kyiv Vitamin Plant] (2021). Retrieved from: <https://www.vitamin.com.ua/ua/Information/report/report2020/> (accessed 29 November 2021).

31. Sahaidak-Nikitiuk R. V. (2011). Stvorennia farmatsevychnykh klasteriv v Ukraini na pidstavi lohistychnoho menedzhmentu ta mizhnarodnykh standartiv yakosti [Creation of pharmaceutical clusters in Ukraine on the basis of logistics management and international quality standards]. *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii [Management, Economics and Quality Assurance in Pharmacy]*, 3, pp. 24–32.

32. Ctakhova A. I., Vovk A. P. (2017). Farmatsevychnyi rynek Ukrainy yak rushiyni vazhil rozvytku ekonomiky [The pharmaceutical market of Ukraine as a driving lever of economic development]. *Naukovyi Visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu, Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo [Scientific Bulletin of Uzhhorod National University, Series: International Economic Relations and World Economy]*, 11, pp. 56–59.

33. Tkalenko S. I. (2015). Osoblyvosti formuvannia biotekhnolohichnykh klasteriv YeS: dosvid dlia Ukrainy [Features of the formation of EU biotechnology clusters: experience for Ukraine]. *Problemy ekonomiky [Problems of Economics]*, 1, pp. 37–42.

34. Torb’iak B. M. (2017). Instrumentarii upravlinnia protsesamy formuvannia rehionalnykh farmatsevychnykh klasteriv [Tools for managing the formation of regional pharmaceutical clusters]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky [Ukrainian Journal of Applied Economics]*, 2, pp. 101–109.

35. Shulhina L.M. (2012). Osoblyvosti farmatsevychnoho marketynhu: stratehichniy aspekt [Features of pharmaceutical marketing: strategic aspect]. *Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu [Bulletin of Berdiansk University of Management and Business]*, 4, pp. 112–114.

RESEARCH OF THE UKRAINE PHARMACEUTICAL MARKET: THE MARKET CONCENTRATION IN THE FOCUS

© *Shandrivska O., Tsvetkovska A., 2022*

Purpose. The aim of the work is to present the results of the comprehensive analysis of the determinants of the development of the pharmaceutical market of Ukraine in terms of assessment of the levels of concentration of the pharmaceutical market.

Design/methodology/approach. To achieve the objective of the research a combination of scientific methods is used: systematic – to highlight the conceptual basis of the functioning of the Ukrainian pharmaceutical market; problem-oriented – for identification the main problems of economic development of the pharmaceutical market and identification influence factors on it; statistical analysis – for analysis of dynamics of economic development of the pharmaceutical market and its separate segments; index method – for estimation of the levels of concentration of ukrainian market of pharmaceutical products. Quantitative assessment of factors and trends of the pharmaceutical market development is supplemented by qualitative assessment of the subject of research.

Findings. Assessment of the market concentration of pharmaceutical companies is made: in the period of 2019–2020, the Herfindahl–Hirschman index was 61.7257 and 54.7828 respectively; the market concentration index was 19.81 and 18.14 respectively, which indicates a strong competition in the market. Linda index showed that “Farmak JSC”, “Arterium Corporation”, “Darnitsa JSC” formed a “hard” oligopolia and formed a “core of the market”. Gini index (0.28 and 0.29, respectively) showed a slight level of income unevenness among enterprises.

The main types of competitive struggle on the pharmaceutical market are identified, namely:

- significant competition between Ukrainian and foreign pharmaceutical companies-manufacturers, as well as world leaders of pharmaceutical industry, which can potentially enter the given market, active development of enterprises of adjacent and other branches, development strategies of which envisage entering the market of pharmaceutical products;
- pressure from substitution products, as well as competition from original and generic drugs; biologically active additives, etc.;
- competition of logistics chains of pharmaceutical supplies; competitive struggle for domination in hospital/pharmacy segments and representation of own interests in distribution channels of pharmaceutical products;
- competition at the level of wholesale and retail trade, which expand and complicate competition in the market;
- pressure from consumers, who, due to low access barriers to information, became more aware of the characteristics of pharmaceuticals, and are able to appeal to a wide range of actors in the medical services market.

It is concluded that in the sectors of drug production and their wholesale and retail trade, further consolidation of business and withdrawal from the market of weak contractors due to their low solvency, limited access to resources and other factors, forming a favorable institutional environment for the active use of cluster technologies and models in the pharmaceutical sector should be expected.

Practical implications.

Originality/value. In this article are provided data and it’s analysis that show that there are grounds for increasing competition on target markets of pharmaceuticals, which produce intensification of aggressive marketing measures by individual market participants and require increased attention to logistics, innovation and other types of activity of enterprises.

Key words: pharmaceutical market; market share; market concentration; concentration index; Herfindahl–Hirschman index; Linda index; Gini index; types of competition.

Paper type: Research paper.