# ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

**Сагайдак-Нікітюк Р.В., Голубцова К.К.**

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна, sagaidak_rita@ukr.net

## ВСТУП

Розвиток фармацевтичної сфери є одним з основних показників стійкого розвитку країни та необхідною умовою підвищення рівня якості життя людини.

## МЕТА

проведення маркетингового аналізу тенденцій розвитку виробничих підприємств фармацевтичного сектору

## МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ

методи теоретичного узагальнення, аналізу й синтезу, метод SWOT- та PEST-аналізу

## ВИСНОВКИ

Проведений маркетинговий аналіз тенденцій розвитку виробничих підприємств фармацевтичного сектору дозволив зробити висновок про існування нагальних проблем щодо існуючого стану господарюючих суб'єктів, для яких застосування сучасних інструментів маркетингу відіграє вирішальну роль. З'ясовано, що відсутність сучасної системи маркетингових комунікацій на виробничих фармацевтичних підприємствах обмежує їх потенційні можливості та знижує рівень ефективність фінансово-економічної діяльності.

## *РЕЗУЛЬТАТИ ДОЛІДЖЕННЯ*

### *SWOT-аналіз факторів зовнішнього середовища й внутрішньої ситуації щодо тенденцій розвитку фармацевтичних підприємств*

| Внутрішнє середовище | |
|---|---|
| **Сильні сторони** | Слабкі сторони |
| **Наявність технологічного потенціалу виробничих підприємств фармацевтичного сектору, достатній для виготовлення сучасної фармацевтичної продукції**<br>**Наявність вітчизняних підприємств, які здатні конкурувати з іноземними фармацевтичними підприємствами**<br>**Наявність виробничих фармацевтичних підприємств, що займаються впровадженням власних наукових розробок**<br>**Наявність у низки вітчизняних фармацевтичних підприємств обґрунтованої стратегії розвитку**<br>**Кооперація з іноземними виробниками фармацевтичної продукції**<br>**Наявність на вітчизняних виробничих фармацевтичних підприємствах провідних фахівців та висококваліфікованих кадрів** | Вартість кредитних ресурсів в Україні вища за рентабельність<br>Відсутність великих системних інтегрованих структур<br>Високі трансакційні витрати<br>Відтік кваліфікованої робочої сили з України<br>Недостатня присутність українських фармацевтичних виробників на ринках розвинених країн<br>Енерго- та ресурсоємність виробництва фармацевтичної продукції<br>Низька інноваційна активність фармацевтичних підприємств |
| **Зовнішнє середовище** | |
| **Можливості** | Загрози |
| **Зацікавленість у кредитуванні високотехнологічних виробничих фармацевтичних підприємств України з боку іноземних інвесторів**<br>**Існування проектів модернізації, реконструкції та технічного переозброєння вітчизняних фармацевтичних підприємств**<br>**Створення потужних корпорацій з відповідними державними преференціями**<br>**Поява авторитету та розширення присутності на ринках Європейський Союз (ЄС), Індії, Китаю, країн Латинської Америки**<br>**Сприятлива державна політика законодавчої й організаційної підтримки підприємств фармацевтичного сектору України** | Недостатність державних заходів для розвитку вітчизняних фармацевтичних підприємств<br>Загальний економічний спад, складна демографічна, суспільно-політична ситуація в Україні та зменшення державного фінансування<br>Збільшення кількості іноземних власників на вітчизняних фармацевтичних підприємствах<br>Існування більш потужних виробників фармацевтичної продукції на світовому ринку<br>Активна діяльність ключових конкурентів: ЄС, Китай, США та ін. |

### *Показники, що характеризують економічні результати діяльності виробничих фармацевтичних підприємств:*

- частка фармацевтичного ринку,
- обсяг продажу фармацевтичної продукції,
- прибуток виробничого фармацевтичного підприємства

### *PEST-аналіз макроекономічних факторів виробничих фармацевтичних підприємств України*

| Політичні фактори | Економічні фактори |
|---|---|
| **Нестабільна політична ситуація**<br>**Нестабільність правового середовища**<br>**Недосконалість законодавчої бази**<br>**Постійні зміни законодавства та нестабільна урядова політика**<br>**Непередбачені дії органів державного й місцевого самоврядування**<br>**Недосконалість податкової системи**<br>**Міжнародні політичні події** | Тривала економічна криза<br>Висока вартість кредитних ресурсів<br>Нестабільність валютного курсу<br>Зростання конкуренції зовнішнього ринку<br>Низька рентабельність виробництва<br>Невелика кількість фармацевтичних підприємств, здатних на рівних конкурувати з іноземними транснаціональними корпораціями<br>Рівень ВВП, ВРП<br>Темпи інфляції<br>Рівень безробіття<br>Недостатність фінансування з боку держави |
| **Соціокультурні фактори** | Технологічні фактори |
| **Зниження привабливості праці в фармації**<br>**Низький соціальний статус у виробничій сфері**<br>**Національні та релігійні фактори** | Невідповідність наявних технічних засобів<br>Недостатній рівень автоматизації та технології виробництва<br>Відсутність належного рівня інформації та комунікацій<br>Низька інноваційна активність |

### *Цілі маркетингу та комунікативної діяльності виробничих підприємств фармацевтичного сектору*

| Цілі маркетингу | Цілі маркетингової комунікативної діяльності | Критерії |
|---|---|---|
| **1. Зростання частки фармацевтичного ринку**<br>**2. Збільшення обсягу продажів фармацевтичної продукції**<br>**3. Підвищення рівня пізнавання та іміджу фармацевтичної продукції та виробничого фармацевтичного підприємства**<br>**4. Покращення стану задоволення споживачів фармацевтичною продукцією**<br>**5. Збільшення маржинального прибутку виробничих фармацевтичних підприємств** | Інформування | 20% з наявних покупців |
| | Переконання | 50% споживачів ві-ком від 30 до 60 р. |
| | Стимулювання покупки | 30% споживачів віком від 30 до 60 р. |