

УДК 615.1:615.45:658.6.8(477)

Г. В. ЗАГОРІЙ, канд. фарм. наук, доцент

Національна медична академія післядипломної освіти імені П. Л. Шупика

ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ЦІНОУТВОРЕННЯ (ВАРТОСТІ) ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНІ НА ПРИКЛАДІ МЕДИХРОНАЛУ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА

Ключові слова: ціна, фармація, ринок, Медихронал, референтні препарати

В Україні гостро поставлено питання щодо розроблення концептуальної версії об'єктивного ціноутворення лікарських препаратів, у першу чергу препаратів VEN та ABC-груп. Тобто, формулярного переліку лікарських засобів (ЛЗ), які входять до життєво-необхідних препаратів, що повністю або частково закупаються за бюджетні кошти, пільгові, безкоштовні ЛЗ, реімбурсація коштів повернутих за їх вартість.

Цілком зрозуміло, що для визначення стратегії політики ціноутворення необхідно мати стартові показники порівняно з референтними препаратами (брендами), генериками, аналогами тощо.

Слід одразу зазначити, що для об'єктивної оцінки системи ціноутворення необхідно комплексно вивчати, аналізувати й обґрунтовувати вартість не лише препаратів означеної групи з регульованими (зареєстрованими) цінами, а й ЛЗ з нерегульованою (вільною) ціною, спрямовуючи на збалансовані компенсаторні заходи зниження цін на життєво-необхідні ліки за рахунок ЛЗ з нерегульованими цінами на інші препарати. Отже, при вивченні структури ціни необхідно: по-перше – визначитися по АТС-групам щодо їх терапевтичної ефективності, якості, безпеки, цін; по-друге – розробити алгоритм спрощеної методики об'єктивного економічного обґрунтування фіксованих, регульованих державних показників (собівартості, оптово-відпускної ціни та граничної (реєстрованої) ціни роздрібною реалізацією), по-третє – ціноутворення на VEN препарати повинно базуватися на принципах справедливого розподілу маржинарного показника (чистого прибутку) серед всіх учасників фармацевтичного ринку; в четверте – повинні бути враховані інтереси виробника, реалізатора, держави і, у першу чергу, сфокусовані на інтересах пацієнта – споживача ліків.

Матеріали, об'єкт, предмет і методи дослідження

Вихідні дані структуроутворюючої ціни на лікарські засоби – як *об'єкт дослідження*. А Медихронал № 1; № 7; № 21 та показники Медихроналу у перерахунку на уп. № 1 – як *предмет дослідження*. Обґрунтовуючи вибір *предмету* дослідження, нами враховано сукупність необхідних умов для об'єктивної і всебічної розрахункової оцінки формують складових в структурі вільної, нерегульованої ціни на Медихронал *i*-го вітчизняного виробника. При виборі даного препарату враховано те, що: Медихронал не входить до переліку життєво-необхідних лікарських засобів з «вільною» необмеженою ціною; «відкритим» рівнем формування маржинарного показника як виробника, так і реалізатора; можливістю встановлення впливу рекламних заходів на його виробництво, оптово-відпускну та роздрібну реалізацію; проведення порівняльних цін у різних регіонах України; використання Медихроналу у якості аутентичного препарату з референтною ціною. При науковому дослідженні, верифікації показників використані *методи* та валідні методики доказової фармації.

Результати дослідження та їх обговорення

Індивідуальність ексклюзивних ціноутворюючих показників структури ціни окремого препарату не означає його обмежену унікальність, а навпаки є аналогом алгоритму розрахунку на будь-який препарат з реєстрованою чи вільною ціною. І, як значалося при обґрунтуванні об'єктивних цін та витрат (собівартості) як на VEN, так і інші ЛЗ з неконтрольованою державою ринковою ціною, є необхідним для визначення і втілення компенсаційних (реімбурсаційних) заходів з одночасними заходами щодо зниження рівня роздрібних цін на ЛЗ VEN-групи.

Таблиця 1

Поглиблений аналіз цінових показників сезонної (щомісячної) собівартості та оптово-відпускної реалізації і-го вітчизняного виробника Медихроналу в уп. № 1 з 2008 по 01.01.2012 р.

№ пп	Місяці року	Параметричні та якісні показники щомісячної реалізації Медихроналу № 1 і-го вітчизняного виробника						
		Кіл-ть тис. уп.	Сума, грн. в оптово-відп. цінах за тис. уп.	Сума, грн. в собівартості за тис. уп.	Прибуток підприємства		Щомісячна реалізація, в % по:	
					сума, грн.	%	кіл-ті тис. уп.	сумі в грн.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Січень	83,912	578 010	До нашого дослідження, поглиблений, порівняльний аналіз якісних економічних показників по Медихроналу і-м вітчизняним підприємством-виробником – не проводився або не архівувався (дані відсутні)			11,67	9,69
2	Лютий	61,537	440 274				8,56	7,38
3	Березень	52,976	446 100				7,37	7,48
4	Квітень	38,745	317 006				5,39	5,32
5	Травень	101,718	893 997				14,14	14,98
6	Червень	82,832	735 332				11,52	12,32
7	Липень	30,496	233 393				4,24	3,91
8	Серпень	68,081	581 468				9,47	9,74
9	Вересень	88,899	799 344				12,36	13,39
10	Жовтень	23,752	198 450				3,30	3,32
11	Листопад	31,413	256 091				4,37	4,29
12	Грудень	54,735	488 176				7,61	8,18
13	2008 Вартість уп. № 1 (грн.)	719,096	5 967 646	2 739 807	3 227 839	54,09	100,00	100,00
			8,30	3,81	4,49	54,09		
14	Січень	30,547	246 997	120 200	126 796	51,33	6,64	5,77
15	Лютий	12,891	116 019	45 959	70 059	60,39	2,82	2,71
16	Березень	27,948	245 376	96 474	148 901	60,68	6,07	5,73
17	Квітень	31,117	274 656	122 008	152 648	55,58	6,76	6,42
18	Травень	44,287	384 755	162 638	222 116	57,73	9,62	8,99
19	Червень	43,305	389 745	268 679	121 065	31,06	9,41	9,10
20	Липень	39,764	347 807	159 572	188 234	54,12	8,64	8,12
21	Серпень	36,371	327 559	146 478	181 080	55,28	7,90	7,65
22	Вересень	59,100	532 308	468 507	63 801	11,99	12,82	12,43
23	Жовтень	19,241	184 354	88 385	95 969	52,06	4,18	4,31
24	Листопад	24,959	243 445	95 961	147 483	60,58	5,44	5,69
25	Грудень	90,656	988 087	416 122	571 965	57,89	19,70	23,08
26	2009 Вартість уп. № 1 (грн.)	460,186	4 281 111	2 190 989	2 090 122	48,82	100,00	100,00
			9,30	4,76	4,54	48,82		
27	Січень	89,071	953 885	387 762	566 122	59,35	15,27	12,02
28	Лютий	7,064	63 260	36 129	27 130	42,89	1,21	0,80
29	Березень	75,004	821 269	1 097 244	-275 975	-33,60	12,86	10,35
30	Квітень	20,048	253 788	139 447	114 340	45,05	3,44	3,20
31	Травень	57,079	744 802	916 426	-171 623	-23,04	9,78	9,38

32	Червень	69,303	912 601	599 017	313 584	34,36	11,88	11,50
33	Липень	13,135	188 630	109 570	79 059	72,15	2,26	2,38
1	2	3	4	5	6	7	8	9
34	Серпень	99,013	1 575 177	522 516	1 052 661	66,83	16,98	19,85
35	Вересень	25,011	403 909	649 814	-245 904	-60,88	4,29	5,09
36	Жовтень	22,870	367 506	140 705	226 800	61,71	3,97	4,63
37	Листопад	32,688	474 128	261 750	212 378	44,79	5,60	5,97
38	Грудень	72,983	1 177 221	1 174 508	2 713	0,23	12,51	14,83
39	2010 Вартість уп. № 1 (грн.)	583,269	7 936 181	6 034 894	1 901 287	23,96	100,00	100,00
			13,61	10,35	3,26	23,96		
40	Січень	54,033	937 472	539 395	398 077	42,46	9,63	9,35
41	Лютий	23,212	378 413	166 344	212 068	56,04	4,14	3,77
42	Березень	55,316	939 104	990 163	-51 058	-5,44	9,86	9,37
43	Квітень	25,454	419 085	188 350	230 735	55,02	4,54	4,18
44	Травень	47,551	879 693	1 096 661	-216 967	-19,78	8,48	8,77
45	Червень	40,908	724 018	650 573	73 444	10,14	7,29	7,22
46	Липень	34,957	645 669	290 108	355 560	55,07	6,23	6,44
47	Серпень	68,340	1 264 248	1 091 669	172 579	13,65	12,19	12,61
48	Вересень	51,344	942 525	886 367	56 158	59,58	9,15	9,41
49	Жовтень	16,990	287 393	190 767	96 625	33,62	3,03	2,87
50	Листопад	27,979	511 357	259 013	252 344	49,35	4,99	5,10
51	Грудень	114,769	2 096 257	2 090 757	5 500	0,26	20,47	20,91
52	2011 Вартість уп. № 1 (грн.)	560,853	10 025 239	8 440 172	1 585 067	15,81	100,00	100,00
			17,87	15,05	2,82	15,81		

У табл. 1 наведено поглиблений аналіз цінових показників сезонності (щомісячної) собівартості та оптово-відпускних цін реалізації Медихроналу № 1 (М 1) на фармацевтичному ринку України *i*-го вітчизняного виробника в уп. № 1 з 2008 по 01.01.2012 р.

Слід підкреслити, що рівень та обсяги виробництва і реалізації багатьох лікарських засобів VEN-групи бувають у певній або безпосередній залежності від сезонності їх промоційної активності чи її падіння.

Оскільки Медихронал позиціонується завдяки телерекламі як здебільшого проти-похмільний засіб, проявляється особливий інтерес щодо моніторингу його щомісячного (посезонного) виробництва, реалізації та споживання. Отримані результати ми порівняли з активністю виробництва, реалізації та споживання Медихроналу № 1 (М 1); № 7 (М 7); № 21 (М 21), їх співставленні у перерахунку до єдиного стандартного розрахункового показника на 1 уп. (М 1) [табл. 1–4]. У подальшому проведено аналіз порівняльних показників обсягів виробництва за даними лікарськими формами (взя-тими нами для прикладу формування структури ціни) за натуральними показниками: у тис. уп.; грошовими сумами оптово-відпускного товарообігу; введення тарифів, які обов’язково повинні бути забезпечені ресурсами. *Тариф* – це регулююча ціна, яка показує рівень витрат на виробництво товару, послуг [1].

Слід наголосити, що система об’єктивного ціноутворення є чи не надскладнішою проблемою на всіх етапах розвитку фармації з дня отримання незалежності України. На протязі 20 років йде перманентне прагнення щодо суттєвого реформування медичної і фармацевтичної галузі. І завжди організатори-реформатори наштовхуються на проблему ціноутворення на ліки [2–17]. Нижченаведений рутинний аналіз лише по одному з препаратів свідчить про процес в дослідженні закономірностей, динаміки зростання чи падіння стартових (оптово-відпускних) та фінальних цін (роздрібною реалізації).

Т а б л и ц я 2

Поглиблений аналіз цінових показників сезонної (щомісячної) собівартості та оптово-відпускної реалізації і-го вітчизняного виробника Медихроналу в уп. № 7 з 2008 по 01.01.2012 р.

№ пп	Місяці року	Параметричні та якісні показники щомісячної реалізації Медихроналу № 7 і-го вітчизняного виробника						
		Кіл-ть тис. уп.	Сума, грн. в оптово-відп. цінах за тис. уп.	Сума, грн. в собівартості за тис. уп.	Прибуток підприємства		Щомісячна реалізація, в % по:	
					сума, грн.	%	кіл-ті тис. уп.	Сумі в грн.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Січень	4,282	181 155	До нашого дослідження, поглиблений, порівняльний аналіз якісних економічних показників по Медихроналу і-м вітчизняним підприємством-виробником – не проводився або не архівірувався (дані відсутні)			9,28	7,70
2	Лютий	3,949	167 444				8,56	7,12
3	Березень	3,591	192 135				7,79	8,17
4	Квітень	2,426	130 164				5,26	5,53
5	Травень	6,702	346 512				14,53	14,73
6	Червень	4,894	261 201				10,61	11,10
7	Липень	3,565	179 240				7,73	7,62
8	Серпень	3,555	189 881				7,72	8,07
9	Вересень	5,122	276 117				11,11	11,74
10	Жовтень	1,864	98 370				4,04	4,18
11	Листопад	2,376	127 217				5,15	5,41
12	Грудень	3,789	202 926				8,22	8,63
13	2008 Вартість уп. № 7 (грн.)	46,115	2 352 366	1 133 279	1 219 087	51,82	100,00	100,00
			51,01	24,57	26,44	51,82		
14	Січень	2,131	114 754	56 809	57 945	50,49	5,81	5,39
15	Лютий	1,621	87 534	38 454	49 079	56,07	4,42	4,11
16	Березень	3,090	159 116	71 826	87 289	54,86	8,42	7,48
17	Квітень	3,154	170 316	80 904	89 411	52,50	8,60	8,00
18	Травень	2,649	143 175	63 392	79 783	55,72	7,22	6,73
19	Червень	3,965	214 110	159 673	54 436	25,42	10,81	10,06
20	Липень	2,871	152 620	69 264	83 355	54,62	7,82	7,17
21	Серпень	3,147	169 938	85 051	84 886	49,55	8,58	7,99
22	Вересень	4,771	270 011	254 287	15 724	5,82	13,00	12,69
23	Жовтень	2,094	135 655	72 590	63 064	46,49	5,71	6,38
24	Листопад	1,510	98 150	43 847	54 302	55,33	4,12	4,61
25	Грудень	5,685	412 585	204 120	208 465	50,53	15,49	19,39
26	2009 Вартість уп. № 7 (грн.)	36,688	2 127 967	1 200 223	927 743	43,60	100,00	100,00
			58,00	32,71	25,29	43,60		
27	Січень	5,503	399 517	173 469	226 048	56,58	12,27	9,96
28	Лютий	0,697	50 602	23 051	27 550	54,44	1,55	1,26
29	Березень	6,083	441 625	569 085	-127 459	-28,86	13,56	11,02
30	Квітень	1,350	110 468	59 006	51 461	46,58	3,01	2,75
31	Травень	3,640	317 044	378 211	-61 167	-19,29	8,11	7,91
32	Червень	7,270	641 688	401 459	240 228	37,44	16,20	16,01
33	Липень	1,751	188 582	89 730	98 852	52,42	3,90	4,70
34	Серпень	6,790	703 077	212 073	491 004	69,84	15,13	17,54
35	Вересень	3,000	266 800	455 289	-188 488	-70,65	6,69	6,66
36	Жовтень	1,888	203 337	66 062	137 275	67,51	4,21	5,07
37	Листопад	3,112	279 054	144 467	134 587	48,23	6,94	6,96
38	Грудень	3,781	407 213	373 774	33 439	8,21	8,43	10,16
39	2010 Вартість уп. № 7 (грн.)	44,865	4 009 013	2 945 681	1 063 332	26,52	100,00	100,00
			89,36	65,66	23,70	26,52		

1	2	3	4	5	6	7	8	9
40	Січень	2,912	353 662	184 747	168 915	47,76	8,54	8,18
41	Лютий	1,618	196 506	73 336	123 169	63,00	4,76	4,55
42	Березень	3,774	436 552	436 607	54	0,01	11,07	10,10
43	Квітень	2,254	291 893	103 074	188 818	64,69	6,61	6,75
44	Травень	2,700	349 650	394 113	-44 463	-12,72	7,92	8,09
45	Червень	1,677	217 171	169 659	47 512	21,88	4,92	5,02
46	Липень	1,970	255 115	103 975	151 139	59,24	5,78	5,90
47	Серпень	5,802	751 359	564 564	186 794	24,86	17,02	17,38
48	Вересень	2,602	336 959	271 631	65 327	19,68	7,63	7,79
49	Жовтень	1,082	140 119	73 303	66 815	47,68	3,18	3,24
50	Листопад	0,900	116 550	50 071	66 478	57,04	2,64	2,70
51	Грудень	6,794	877 694	702 429	175 265	19,97	19,93	20,30
52	2011	34,085	4 323 231	3 127 515	1 195 716	27,65	100,00	100,00
	Вартість уп. № 7 (грн.)		126,84	91,76	35,08	27,65		

Посилює небезпечність у формуванні об'єктивних цін і те, що інколи все ж таки існує присутність невизначеності, лобіювання інтересів фармацевтичного бізнесу, замовленість та скривлення статистично-достовірних показників, які водночас є статистично-достовірними, але необ'єктивними й невалідними, тобто викривають дві «правди». Англійський прем'єр-міністр Б. Дизраелі, наприклад, категорично стверджував, що «Існує три види брехні: брехня, нахабна брехня і статистика». Разом з тим відомий американський математик А. Вальд вважав статистичний узагальнений аналіз за наукові методи у пізнанні істини. Він стверджував: «Статистика – це сукупність методів, які надають нам можливість приймати оптимальні рішення в умовах невизначеності».

Проводячи поглиблений аналіз параметричних, кількісних і якісних показників щодо обсягів реалізації Медихроналу № 1, можна помилково, поверхнево, навмисно чи упереджено необ'єктивно, але достовірно інтерпретувати дані, що містяться у табл. 1–4, як такі, що ілюструють негативну закономірність і тенденції цінової поведінки на Медихронал.

Так, зокрема з табл. 1–4 випливає, що за усіма торгівельними позиціями оптово-відпускна ціна за одну уп. Медихроналу № 1 збільшилася з 2008 р. по 01.01.2012 р. у 2,15 раза (8,30 та 17,87 грн. відповідно). Одночасно натуральний показник обсягів реалізації Медихроналу № 1 в тис. упаковок зменшився з 719 096 уп. № 1 (2008 р.) до 560 853 уп. № 1 – 2011 рік. Впадає у поле зору й сума прибутку, отриманого від оптової реалізації виробником, яка за умов зменшення виробництва й реалізації Медихроналу № 1, водночас (у 2011 р.) збільшилася у 1,7 раза – 10 025 239 грн. (5 967 646 грн. – 2008 р.). Така правдива, достовірна, але необ'єктивна й однобічна характеристика торгівельно-економічних показників подає виробника на фармацевтичному ринку України в негативному вигляді.

Об'єктивні й валідні показники, які у вищенаведеному аналізі упереджено не наводилися, свідчать про те, що зі зростанням оптово-відпускної ціни однієї упаковки спостерігалось водночас зростання собівартості виробництва і складало пропорцію – 8,30 грн. та 17,87 грн., або у 2,15 раза (оптово-відпускна ціна) та 15,05 грн. та 3,81 грн., собівартість зросла майже у 4 рази (3,95). Слід звернути увагу й на інтегральний показник середньорічного рівня прибутковості Медихроналу в уп. № 1, який в 2008 році складав 54,09% в структурі (питомої ваги) оптово-відпускної ціни виробника, а у 2011 році – 15,81%. Вищезазначене яскраво демонструє дві статистично достовірні, але необ'єктивні правди. Отже, без детальної розробки й об'єктивного

аналізу факторів впливу в сукупності та взаємозв'язку між ними легко наштовхнутися на необ'єктивність в системі ціноутворення та помилкове прийняття рішень.

Аналогічні тенденції та закономірності у формуванні структури ціни спостерігаються й при поглибленому аналізі цінних показників сезонної (щомісячної собівартості), оптово-відпускної ціни, рівня прибутковості, збитковості, суми чистого прибутку (маржинарного показника) Медихроналу уп. № 7 (табл. 2). Так, оптово-відпускна ціна Медихроналу № 7 зросла на 248,66 %, або у майже 2,5 раза: 126,84 грн. – 2011 р. та 51,01 грн. – 2008 р. (2,15 раза по Медихроналу № 1).

Одночасно виробнича собівартість (витрати по виробництву Медихроналу № 7) також зросли майже у 4 рази (373,5%) [91,76 грн. – 2011 р. та 24,57 грн. – 2008 р.]. Рівень рентабельності по Медихроналу № 7 у 2008 р. в оптово-відпускній ціні складав – 51,82 %, а у 2011 р. – 27,65 %.

Наступні пари числових значень відповідних показників в структурі оптово-відпускної ціни, собівартості та рівнів виробничої прибутковості, збитковості стосуються торгівельно-цінової поведінки Медихроналу № 21 на фармацевтичному ринку України з 2008 по 01.01.2012 р. Так, оптово-відпускні ціни зросли на: 278,69 % – майже у 3 рази; собівартість зросла на 392,45 % – майже у 4 рази; рівень рентабельності (маржі, прибутковості) у 2008 р. складав – 49,58 %, а у 2011 р. – 29,00 % тобто, знизився на 71,0 % (70,97 %).

Т а б л и ц я 3

Поглиблений аналіз цінних показників сезонної (щомісячної) собівартості та оптово-відпускної реалізації і-го вітчизняного виробника Медихроналу в уп. № 21 з 2008 по 01.01.2012 р.

№ пп	Місяці року	Параметричні та якісні показники щомісячної реалізації Медихроналу № 21 і-го вітчизняного виробника						
		Кіл-ть тис. уп.	Сума, грн. в оптово-відп. цінах за тис. уп.	Сума, грн. в собівартості за тис. уп.	Прибуток підприємства		Щомісячна реалізація, в % по:	
					сума, грн.	%	кіл-ті тис. уп.	сумі в грн.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Січень	2,655	298 462	До нашого дослідження, поглиблений, порівняльний аналіз якісних економічних показників по Медихроналу і-м вітчизняним підприємством-виробником – не проводився або не архівіювався (дані відсутні)			9,60	7,92
2	Лютий	2,695	303 849				9,75	8,06
3	Березень	1,444	207 792				5,22	5,51
4	Квітень	2,465	352 512				8,91	9,35
5	Травень	2,825	391 782				10,22	10,40
6	Червень	3,413	486 456				12,34	12,91
7	Липень	1,412	198 720				5,11	5,27
8	Серпень	2,833	401 587				10,24	10,66
9	Вересень	2,756	392 897				9,97	10,42
10	Жовтень	1,369	191 323				4,95	5,08
11	Листопад	1,646	236 851				5,95	6,28
12	Грудень	2,140	306 691				7,74	8,14
13	2008 Вартість уп. № 21 (грн.)	27,653	3 768 924	1 900 359	1 868 564	49,58	100,00	100,00
			136,29	68,72	67,57	49,58		
14	Січень	1,588	231 888	115 466	116 422	50,21	6,74	6,09
15	Лютий	0,880	126 720	56 708	70 012	55,25	3,73	3,33
16	Березень	1,980	281 937	127 518	154 419	54,77	8,40	7,41
17	Квітень	1,493	214 992	108 531	106 461	49,52	6,35	5,65
18	Травень	1,855	267 527	124 132	143 395	53,60	7,87	7,03
19	Червень	2,498	359 712	283 208	76 504	21,27	10,60	9,46
20	Липень	2,366	340 346	163 543	176 803	51,95	10,04	8,94

1	2	3	4	5	6	7	8	9
21	Серпень	1,605	231 120	105 339	125 781	54,42	6,81	6,07
22	Вересень	2,628	396 632	354 611	42 021	10,59	11,15	10,42
23	Жовтень	1,789	339 910	152 395	187 515	55,17	7,59	8,93
24	Листопад	0,880	162 564	62 282	100 282	61,69	3,73	4,27
25	Грудень	4,003	852 639	376 302	476 337	55,87	16,99	22,40
26	2009 Вартість уп. № 21 (грн.)	23,565	3 805 989	2 030 042	1 775 947	46,66	100,00	100,00
			161,51	86,15	75,36	46,66		
27	Січень	3,504	746 352	293 143	453 209	60,72	12,23	9,65
28	Лютий	0,374	79 662	32 967	46 695	58,62	1,31	1,03
29	Березень	3,261	694 593	816 364	-121 771	-17,53	11,38	8,98
30	Квітень	0,918	234 411	109 325	125 086	53,36	3,20	3,03
31	Травень	1,559	398 090	445 667	-47 577	-11,95	5,44	5,15
32	Червень	3,573	921 990	523 508	398 482	43,22	12,47	11,92
33	Липень	1,472	462 796	194 927	267 869	57,88	5,14	5,98
34	Серпень	4,120	1 267 402	354 054	913 348	72,06	14,38	16,39
35	Вересень	1,875	555 086	835 251	-280 165	-50,47	6,55	7,18
36	Жовтень	0,779	244 917	79 747	165 170	67,44	2,72	3,17
37	Листопад	2,062	562 524	280 578	281 946	50,12	7,20	7,27
38	Грудень	5,146	1 566 581	1 434 621	131 960	8,42	17,98	20,25
39	2010 Вартість уп. № 21 (грн.)	28,643	7 734 409	5 400 159	2 334 250	30,18	100,00	100,00
			270,03	188,53	81,50	30,18		
40	Січень	2,205	803 391	374 658	428 733	53,37	10,62	10,19
41	Лютий	0,667	243 021	80 357	162 664	66,93	3,21	3,08
42	Березень	2,780	973 653	922 347	51 306	5,27	13,39	12,35
43	Квітень	0,901	350 038	115 136	234 902	20,34	4,34	4,44
44	Травень	1,539	597 901	630 951	-33 050	-5,53	7,42	7,58
45	Червень	1,768	686 868	514 467	172 401	25,10	8,51	8,71
46	Липень	0,576	223 776	90 059	133 717	59,75	2,77	2,84
47	Серпень	3,342	1 298 367	940 169	358 198	27,59	16,10	16,46
48	Вересень	1,985	771 172	582 810	188 362	24,43	9,56	9,77
49	Жовтень	0,348	135 198	65 910	69 288	51,25	1,68	1,71
50	Листопад	0,599	232 711	93 108	139 603	59,99	2,88	2,95
51	Грудень	4,054	1 570 721	1 189 821	380 900	24,25	19,52	19,92
52	2011 Вартість уп. № 21 (грн.)	20,764	7 886 820	5 599 800	2 287 020	29,00	100,00	100,00
			379,83	269,69	110,14	29,00		

Поглиблений аналіз формують показників в структурі ціни у перерахунку на 1 упаковку як інтегральний, сукупний показник надає підсумкові узагальнені дані з 2008 по 01.01.2012 р. Таким чином, розрахункові оптово-відпускні ціни на упаковку № 1 зросли на 241,61% (2,4 раза) (18,00 грн. та 7,45 грн. – відповідно), собівартість 1 уп. у перерахунку на № 1 – 390,45% (майже у 4 рази, 13,90 грн. та 3,56 грн. – відповідно).

Рівень рентабельності препарату знизився з 52,24 % у 2008 р. до 22,79 % у 2011 р. Слід підкреслити одну важливу особливість, тобто часту збитковість виробника по Медихроналу № 1; № 7; № 21 й у перерахунку на уп. № 1 у 2010 – 2011 рр. Однак, що надзвичайно важливо, оптово-відпускна ціна виробника залишилася майже незмінною, рівень прибутковості за ці роки знизився з 52,24 %, (2008 р.) до 22,79 % (2011 р.). Рівень збитковості у березні 2008 р. досягав – [-] 26,83 % травні, вересні – [-] 19,20 % та [-] 58,29 % – відповідно. У 2011 р. ситуація дещо вирівнялася. Так, у березні 2011 р. прибутковість досягла порогового (нульового) показника, а у травні збитковість складала [-] 16,12 %, у вересні приріст рівня рентабельності склав [+] 15,11 %.

Слід підкреслити, що за гіпотетичною версією логічно було б передбачати активність оптової реалізації Медихроналу, якщо пов'язувати з відпускнуою сезонністю (у літню спеку, перед новорічними та іншими святами). Однак, динаміка обсягів оптової реалізації та виробництва Медихроналу співпадає з активізацією рекламної діяльності відносно пиво-горілчаної продукції (ПГВ), яка заздалегідь залежить від означених сезонно-святкових факторів, що розпочинає телерекламну пропаганду ПГВ, безпосередньо й опосередковано сприяючи завчасному придбанню антипохмільних препаратів, у тому числі Медихроналу, і саме у цей період «вступає» й власне телереклама препарату Медихроналу на декількох телеканалах. Разом з тим чітко визначених піків нами не виявлено.

Т а б л и ц я 4

Поглиблений аналіз цінових показників сезонної (щомісячної) собівартості та оптово-відпускнуої реалізації i-го вітчизняного виробника Медихроналу у перерахунку на уп. № 1 з 2008 по 01.01.2012 р.

№ пп	Місяці року	Параметричні та якісні показники щомісячної реалізації Медихроналу № 1 i-го вітчизняного виробника							
		Кіл-ть тис. уп.	Сума, грн. в оптово-відп. цінах за тис. уп.	Сума, грн. в собівартості за тис. уп.		Прибуток підприємства		Щомісячна реалізація, в % по:	
				грн.	%	сума, грн.	%	кіл-ті тис. уп.	сумі в грн.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Січень	169,641	1 057 628	До нашого дослідження, поглиблений, порівняльний аналіз якісних економічних показників по Медихроналу i-м вітчизняним підприємством-виробником – не проводився або не архівірувався (дані відсутні)				10,45	8,75
2	Лютий	145,775	911 568					8,98	7,54
3	Березень	108,437	846 027					6,68	7,00
4	Квітень	107,492	799 682					6,62	6,61
5	Травень	207,957	1 632 291					12,83	13,50
6	Червень	188,763	1 482 989					11,63	12,27
7	Липень	85,103	611 353					5,24	5,06
8	Серпень	152,459	1 172 937					9,40	9,70
9	Вересень	182,629	1 468 359					11,26	12,15
10	Жовтень	65,549	488 144					4,04	4,04
11	Листопад	82,611	620 160					5,09	5,13
12	Грудень	126,198	997 794					7,78	8,25
13	2008 Вартість уп. № 1 (грн.)	1 622,614	12 088 937	5 773 446	47,76	6 315 491	52,24	100,00	100,00
			7,45	3,56	47,76	3,89	52,24		
14	Січень	78,812	593 640	292 476	49,27	301 164	50,73	6,50	5,81
15	Лютий	42,718	330 273	141 122	42,73	189 151	57,27	3,52	3,23
16	Березень	91,158	686 429	295 819	43,10	390 610	56,90	7,52	6,72
17	Квітень	84,548	659 964	311 444	47,19	348 520	52,81	6,98	6,46
18	Травень	101,785	795 459	350 163	44,02	445 296	55,98	8,40	7,79
19	Червень	123,518	963 567	711 561	73,85	252 006	26,15	10,19	9,43
20	Липень	109,547	840 773	392 380	46,67	448 393	53,33	9,04	8,23
21	Серпень	92,105	728 617	336 870	46,23	391 747	53,77	7,60	7,13
22	Вересень	147,685	1 198 952	1 077 406	89,86	121 546	10,14	12,19	11,74
23	Жовтень	71,468	659 919	313 372	47,49	346 547	52,51	5,90	6,46
24	Листопад	54,009	504 159	202 092	40,08	302 067	59,92	4,46	4,94
25	Грудень	214,514	2 253 312	996 544	44,23	256 768	55,77	17,70	22,06
26	2009 Вартість уп. № 1 (грн.)	1 211,867	10 215 068	5 421 255	53,07	793 813	46,93	100,00	100,00
			8,43	4,47	53,07				
27	Січень	201,176	2 099 754	854 374	40,69	1 245 380	59,31	13,82	10,67
28	Лютий	19,797	193 524	92 148	47,62	101 376	52,38	1,32	0,98
29	Березень	186,066	1 957 488	2 482 694	126,85	-525 206	-26,83	12,41	9,95

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30	Квітень	48,776	598 667	307 780	51,41	290 887	48,59	3,25	3,04
31	Травень	115,298	1 459 937	1 740 305	119,20	-280 368	-19,20	7,69	7,42
32	Червень	195,226	2 476 281	1 523 985	61,54	952 296	38,46	13,03	12,58
33	Липень	56,304	840 009	394 228	46,98	445 781	53,07	3,76	4,27
34	Серпень	233,063	3 545 657	1 088 643	30,70	2 457 014	69,30	15,55	18,02
35	Вересень	85,386	1 225 797	1 940 355	158,29	-714 558	-58,29	5,70	6,23
36	Жовтень	52,445	815 761	286 516	35,12	529 245	64,88	3,50	4,14
37	Листопад	97,774	1 315 708	686 796	52,20	628 912	47,80	6,52	6,69
38	Грудень	207,516	3 151 016	2 982 904	94,67	168 112	5,33	13,85	16,01
39	2010 Вартість уп. № 1 (грн.)	1 498,827	19 679 605	14 380 734	73,08	5 298 871	26,92	100,00	100,00
			13,13	9,59	73,08	3,54	26,92		
40	Січень	120,722	2 094 526	1 098 801	52,46	995 725	47,54	9,77	9,42
41	Лютий	48,545	817 940	320 038	39,13	497 902	60,87	3,93	3,68
42	Березень	140,114	2 349 310	2 349 117	99,99	193	0,01	11,34	10,57
43	Квітень	60,153	1 061 017	406 561	38,32	654 456	61,68	4,87	4,77
44	Травень	98,770	1 827 245	2 121 726	116,12	-294 481	-16,12	7,99	8,22
45	Червень	89,775	1 628 057	1 334 701	81,98	293 356	18,02	7,27	7,32
46	Липень	60,843	1 124 560	484 143	43,05	640 714	56,95	4,92	5,06
47	Серпень	179,136	3 313 974	2 596 403	78,35	717 571	21,65	14,50	14,90
48	Вересень	111,243	2 050 657	1 740 809	84,89	309 848	15,11	9,00	9,22
49	Жовтень	31,872	562 710	329 982	58,64	323 728	41,36	2,58	2,53
50	Листопад	46,858	860 618	402 193	46,73	458 425	53,27	3,79	3,87
51	Грудень	247,461	4 544 672	3 983 007	87,64	651 665	12,36	20,04	20,44
52	2011 Вартість уп. № 1 (грн.)	1 235,492	22 235 291	17 167 487	77,21	5 067 804	22,79	100,00	100,00
			18,00	13,90	77,21	4,10	22,79		

Так, найбільший показник оптової реалізації виробника у 2008 році спостерігався у травні–червні, а саме, 12,83 % та 11,63 % до загальнорічної реалізації. У 2009 р., вересень та грудень –12,19 % та 17,70 % – відповідно. У 2010 р. 13,82 % та 15,55 % – відповідно у січні та серпні. У 2011 р. у серпні – 14,50 % та грудні – 20,04 %.

Розробка та деталізація подій на фармацевтичному та телерекламному ринку лікарських засобів на прикладі Медихроналу спонукає до вживання оперативних заходів щодо гармонізованих зусиль, які стосуються своєчасного планування обсягів виробництва та оптової реалізації продукції, стабілізації й прогнозування її ціни, подолання тимчасових передбачених і непередбачених ризиків збитковості виробника ліків.

ВИСНОВОК

Встановлено, що з 2008 до 01.01.2012 р. виробник Медихроналу, незважаючи на економічну кризу та у деяких випадках від'ємні показники власної прибутковості, утримував науково-обґрунтовані оптово-відпускні ціни. Активність телереклами пиво-горілчаної продукції та водночас антиалкогольних засобів активно сприяє виробництву та сезонності реалізації Медихроналу.

1. *Бакланов М. И.* Теория экономического анализа. // Финансы и статистика, 1993. – 288 с.
2. *Волицька Н. А.* Аналіз споживання інгібіторів протонної помпи на фармацевтичному ринку м. Вінниці за АТС/ДДС методологією // Вісн. фармац. – 2010. – № 4. – С. 66–70.
3. *Дорохова Л. П.* Порівняння оптових фармацевтичних підприємств з використанням бінарних оцінок параметрів логістичного обслуговування аптечних закладів // Вісн. фармац. – 2009. – № 1. – С. 54–57.
4. *Коловоротний С.* Медичне страхування закладення нових основ економіки охорони здоров'я // Еженедельник АПТЕКА. – 2001. – № 1. – С. 8.
5. *Криштона Б. П.* Управління медичною галуззю в Україні // Мед. всесвіт. – 2001. № 1. – С. 132–137.

6. *Крячок І. А.* Оптимізація шляхів діагностики та лікування хворих на хронічні лімфопрліферативні захворювання низького ступеня злоякісності: Автореф. дис.... д-ра мед. наук. – К., 2006. – 39 с.

7. *Кузнецов С. М.* Организация управления и финансирования учреждений здравоохранения в условиях социально-экономических реформ // Московские аптеки. – 199. – № 12. – С. 9–10.

8. *Лісовий В. М., Єрмоленко Т. І., Сирова Г. О.* Фармакоекономічні аспекти в лікуванні хворих на пієлонефрит // Вісн. фармац. – 2009. – № 1. – С. 46–49.

9. *Мендрик О. А.* Аналіз асортименту лікарських засобів для лікування злоякісних новоутворень лімфоїдної та кровотворної тканини в Україні // Вісн. фармац. – 2012. – № 4. – С. 8–11.

10. *Москаленко В. Ф.* Еще один шаг на пути реформ // Еженедельник АПТЕКА. – 2000. – № 25. – С. 3.

11. *Москаленко В. Ф.* У здравоохранения второе дыхание // Еженедельник АПТЕКА. – 2000. – № 34. – С. 4.

12. *Москаленко В. Ф.* Охорона здоров'я України: концепція розвитку // Еженедельник АПТЕКА. – 2000. – № 50. – С. 9.

13. *Музика Т. Ф., Толочко В. М., Зарічкова М. В.* Дослідження організації фармацевтичного забезпечення лікувально-профілактичних закладів // Вісн. фармац. – 2010. – № 4. – С. 62–65.

14. *Немченко А. С., Подгайна М. В.* Клініко-економічний аналіз фармацевтичного забезпечення хворих на рак молочної залози // Вісн. фармац. – 2009. – № 1. – С. 50–53.

15. *Christopher M., Peck H.* – Marketing logistics. – 2004. – 158 p.

16. *Keating G. M.* // Drugs. – 2010. – V. 70, N 11. – P. 1445–1476.

17. *Regulating pharmaceutical in Europe: striving for efficiency, equity and quality.* – Open 11. University Press, 2004. – 394 p.

Надійшла до редакції 15.05.2012.

Г. В. Загорий

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ (СТОИМОСТИ) ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ В УКРАИНЕ НА ПРИМЕРЕ МЕДИХРОНАЛА ОТЕЧЕСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

Ключевые слова: цена, фармация, рынок, Медихронал, референтные препараты

РЕФЕРАТ

Установлено, что на протяжении с 2008 по 01.01.2012 г. производитель Медихронала, не обращая внимания на экономический кризис и в некоторых случаях минусовые показатели собственной прибыли, удерживал научно-обоснованные оптово-отпускные цены. Активность телерекламы пиво-водочной продукции и одновременно антиалкогольных средств активно содействует производству и сезонности реализации Медихронала.

G. V. Zahoriy

FORMATION PRICING STRUCTURE (COST) DRUGS IN UKRAINE IN CASE OF DOMESTIC PRODUCTION OF MEDYHRONAL

Key words: price, pharmacy, market, vedyhronal, reference preparations

SUMMARY

Found that during 2008 to 01.01.2012 manufacturer of Medyhronal, despite the economic crisis and in some cases negative indicators of their own profitability held scientific and reasonable wholesale prices. Activity TV advertisement beer and vodka and simultaneous anti-alcohol drugs, actively promotes the production and seasonality of medyhronal.