

Секция «Экономика отраслей и рынков и конкурентная политика»

## Модель роста фармацевтического рынка

Научный руководитель – Соколова Мария Игоревна

*Сергеева Надежда Андреевна*

*Аспирант*

Московский государственный институт международных отношений, Факультет международного бизнеса и делового администрирования, Москва, Россия

*E-mail: sergeeva.nadya@gmail.com*

Анализ современного состояния европейского фармацевтического рынка позволил выявить ряд факторов, определяющих вектор его развития. Под развитием рынка автор понимает увеличение объема рынка в денежном выражении, и данный показатель будет являться ключевым параметром, определяющим влияние того или иного фактора на развитие рынка.

Изучением конъюнктуры рынка и факторам, влияющим на его формирования, занимались такие ученые как Н.Кондратьев [2], Ф.Пископель [4], Л.Ревенко [5], В.Клинов [1], А.Конюс [3], К.Жюгляр [7], В.Рёпке [6].

Автор выявил 10 факторов, характеризующиеся определенными процессами и явлениями и оказывающие влияние на развитие фармацевтического рынка любого региона. Развитие рынка под влиянием 10 конъюнктуро- и ценообразующих факторов является предметом исследования.

В качестве метода исследования был выбран метод экспертной оценки. Цель исследования была поставлена следующая: выявить наиболее значимые факторы, влияющие на рост фармацевтического рынка в денежном выражении. Задачи исследования были сформулированы так:

- Ранжировать все факторы в порядке убывания степени их влияния на рост фармацевтического рынка в денежном выражении.
- Выявить важнейшие факторы роста рынка в денежном выражении.
- Выделить ключевые процессы, явления, характеристики в рамках каждого фактора.
- Определить как изменится рейтинг факторов, влияющих на рост фармацевтического рынка в денежном выражении, через 5 лет.
- Оценить предсказуемость и стабильность развития фармацевтического рынка в мире, в Европе, в России.

К участию в опросе приглашались эксперты, отвечающие следующим критериям: сотрудники отделов продаж, маркетинга, аналитики, развития бизнеса фармацевтических компаний. Профиль приглашенных к участию в опросе компаний не ограничивался только производством фармацевтической продукции.

Среди приглашенных экспертов в опросе приняли участие представители производителей и дистрибуторов фармацевтической продукции, консалтинговых компаний и другие. Сам опрос был составлен автором и состоял из 16 вопросов.

Формат проведения исследования был выбран следующий: индивидуальный опрос, на условиях анонимности (требовалось только указать компанию, к которой себя относит респондент). Опрос включал открытые и закрытые вопросы, метод ранжирования (метод простой ранжировки и метод задания весовых коэффициентов), балльный метод.

Выполнив поставленные задачи и достигнув цели исследования, необходимо было построить универсальную модель роста фармацевтического рынка. Так, в список основных факторов включены как конъюнктурообразующие факторы, так и ценообразующие факторы:

- Экономическая ситуация в регионе.
- Технологический прогресс в отрасли.
- Политическая ситуация в регионе.
- Государственное регулирование фармацевтического рынка в регионе.
- Интенсивность развития отрасли в регионе.
- Тип продукта/услуги.
- Человеческие ресурсы в регионе.
- Характеристика исследуемого рынка.
- Население региона.
- Непостоянные факторы.

На основе проведенного опроса можно построить модель роста фармацевтического рынка, зависящей от конъюктуро- и ценообразующих факторов. Предел значимости ограничен показателем на уровне ~50% от общего числа респондентов, выбравших тот или иной фактор.

Таким образом, модель роста фармацевтического рынка будет выглядеть следующим образом:

$$Gr=(E_i G_j I_k C_m P_n) ,$$

где E (economy) - **Экономическая ситуация в регионе,**

**G (government)** - Государственное регулирование фармацевтического рынка в регионе,

I (industry) - Интенсивность развития отрасли в регионе,

C (consumers) - **Население в регионе,**

P (product) - **Тип продукта.**

Проведение опроса экспертной аудитории позволило построить модель развития фармацевтического рынка, а именно его рост в денежном выражении, и выявить ключевые факторы, в наибольшей степени определяющие его развитие. Построение данной модели имеет как теоретическую значимость, так и практическую, поскольку ее использование позволит компаниям при выходе на новые рынки прогнозировать перспективы развития фармацевтического рынка. В целом, полученная модель является универсальной для прогнозирования развития большинства рынков, тем не менее ее применение ограничено для рынков, имеющих свою специфику (например, рынок КНДР). Отдельно хотелось бы выделить то, что результаты опроса позволили построить также модель роста фармацевтического рынка в пятилетней перспективе, что позволяет оценить ожидания экспертов, как изменится мировой фармацевтический рынок в ближайшие 5 лет.

### Источники и литература

- 1) Клинов В.Г. Экономическая конъюнктура: факторы и механизм формирования : учеб. пособие. В 2 ч. Ч. 1 / В.Г. Клинов. М. : МГИМО(У), 2003.
- 2) Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды. М.: Экономика, 2002.
- 3) Конюс А.А. Экономическая конъюнктура / А.А. Конюс // Избранные труды Кондратьевского Конъюнктурного института; науч. ред. и сост. П.Н. Клюкин. – М.: Экономика, 2016.

- 4) Пископфель Ф. Г. Основы изучения конъюнктуры капиталистического хозяйства. М.: Международные отношения, 1960.
- 5) Ревенко Л.С. А.Е. Крюков. Конъюнктурные исследования мировых товарных рынков. М.: МГИМО (У), 2010.
- 6) Рёпке В. Конъюнктура. М.: Финиздат, 1927.
- 7) Juglar С. Des crises commerciales et de leur retour periodique en France, en Angleterre et aux Etats-Unis. – P., 1862.