

**КОСТЮК ВОЛОДИМИР ГРИГОРОВИЧ**

УДК 615.2:364.692:615.12:338.33:658.8

**НАУКОВЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРИНЦИПІВ  
УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ВИРОБНИЧИХ  
ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

15.00.01 – технологія ліків, організація фармацевтичної справи  
та судова фармація

**АВТОРЕФЕРАТ**

**дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата фармацевтичних наук**

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі соціальної фармації Національного фармацевтичного університету Міністерства охорони здоров'я України, м. Харків і ПАТ «Фармак», м. Київ.

**Науковий керівник:** доктор фармацевтичних наук, професор,  
Заслужений діяч науки і техніки України  
**КОТВИЦЬКА АЛЛА АНАТОЛІВНА,**  
Національний фармацевтичний університет,  
ректор.

**Офіційні опоненти:** доктор фармацевтичних наук, професор  
**ГРОМОВИК БОГДАН ПЕТРОВИЧ,**  
Львівський національний медичний університет  
імені Данила Галицького,  
завідувач кафедри організації і економіки фармації;

доктор фармацевтичних наук, професор,  
Заслужений діяч науки і техніки України  
**МНУШКО ЗОЯ МИКОЛАЇВНА,**  
Харківська медична академія післядипломної освіти,  
професор кафедри менеджменту та економіки в сімейній  
медицині.

Захист відбудеться « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 року о \_\_\_\_ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.605.02 при Національному фармацевтичному університеті за адресою: 61002, вул. Пушкінська 53, м. Харків.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Національного фармацевтичного університету (61168, вул. Валентинівська, 4, м. Харків).

Автореферат розісланий « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 р.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради  
доктор фармацевтичних наук, професор

О. В. Посилкіна

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** Однією з найважливіших складових у формуванні соціальної політики держави є забезпечення належного рівня охорони здоров'я (ОЗ) громадян, до пріоритетних напрямків розвитку якої належать підвищення доступності та поліпшення якості фармацевтичної допомоги населенню.

На сучасному етапі розвитку вітчизняної галузі ОЗ гострою проблемою залишається обмежений доступ населення до якісних, ефективних та доступних за ціною ліків. Так, за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), у країнах, що розвиваються, щороку помирає близько 10 млн осіб через відсутність доступу до основних лікарських засобів (ЛЗ).

Як відомо, сучасна виробнича сфера фармацевтичного сектора галузі ОЗ України, на жаль, характеризується нездатністю повною мірою забезпечити систему ОЗ ефективними ЛЗ через недостатньо обґрунтовану товарну політику значної частини вітчизняних виробничих підприємств. Також викликає занепокоєння той факт, що сьогодні фармацевтичний ринок України у вартісному виразі майже на 70% контролюється закордонними виробниками, що не сприяє якісному і доступному за ціною лікарському забезпеченню населення, що має гарантуватися самостійною державою.

Останнім часом при поширеності захворюваності населення України, нестабільності ринкової економіки, значному дефіциті бюджетних коштів на ОЗ, зниженні економічної доступності ліків питання розвитку вітчизняного фармацевтичного виробництва набуває особливої актуальності. Згідно з Концепцією розвитку фармацевтичного сектора галузі ОЗ України на 2011-2020 роки одним із першочергових завдань сучасної медицини й фармації є розробка й упровадження у виробництво вітчизняних ЛЗ. Такий підхід дозволить підвищити фізичну та економічну доступність ліків і поступово вирішити проблему імпортозаміщення.

На думку як науковців, так і представників практичної фармації, подальший розвиток вітчизняних фармацевтичних підприємств (ФП) пов'язаний з удосконаленням товарної політики, розробкою, упровадженням у виробництво та виведенням на ринок нових ЛЗ. За умов загострення конкуренції, економічної нестабільності та мінливості зовнішнього середовища виробникам ліків необхідно застосовувати науково обґрунтовані підходи, спрямовані на пошук та освоєння перспективних ринкових ніш, проектування конкурентних переваг ЛЗ та асортиментно-збутових стратегій підприємства.

За умов, що склалися у вітчизняній системі ОЗ, перед суб'єктами фармацевтичного ринку постає проблема формування такого асортименту ЛЗ, який дозволить оптимізувати витрати на медичну допомогу та підвищити якість фармацевтичного забезпечення населення. Вирішення цієї проблеми передбачає реалізацію стратегії імпортозаміщення, спрямованої на зміцнення конкурентних позицій вітчизняних ФП і підвищення фізичної та економічної доступності ліків.

Питання удосконалення товарної політики вітчизняних ФП за різними напрямками висвітлювались у працях Д. С. Волоха, Б. П. Громовика, Т. Г. Грошового, О. П. Гудзенка, О. М. Євтушенка, А. В. Кабачної, А. А. Котвіцької, З. М. Мнушко, А. С. Немченко, Б. Л. Парновського, М. С. Пономаренка, І. В. Пестун, О. П. Півень, О. В. Посилкіної, М. М. Слободянюка, В. М. Толочка, В. В. Трохимчука, Л. В. Яковлевої та ін.

Разом з тим комплексних соціально-економічних та маркетингових досліджень, які полягають у розробці науково обґрунтованих підходів до ефективного

управління товарною політикою виробничих ФП, не проводилося, що обумовило вибір теми, актуальність дисертаційної роботи, визначило її мету, завдання, спрямованість, структуру та логічну побудову дослідження.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами.** Дисертаційна робота виконана згідно з планом науково-дослідних робіт Національного фармацевтичного університету (НФаУ) «Організація фармацевтичної справи, менеджмент і маркетинг у фармації» (номер державної реєстрації 0114U000954), тема дисертаційної роботи затверджена на засіданні ученої ради НФаУ (протокол № 2 від 30.10.2017 р.).

**Мета і завдання дослідження.** Мета дисертаційного дослідження полягає у науковому обґрунтуванні соціально-економічних принципів управління товарною політикою виробничих ФП шляхом проведення комплексних маркетингових досліджень, оцінювання й прогнозування кон'юнктури ринку нестероїдних протизапальних препаратів (НПЗП), врахування конкурентного потенціалу ЛЗ, їх доведеної ефективності і економічної доступності для населення.

Для досягнення зазначеної мети визначено такі завдання:

- проаналізувати та узагальнити теоретичні аспекти формування товарної політики й товарного асортименту виробничих підприємств;
- дослідити сучасні підходи та механізми реалізації товарної політики виробничих ФП у країнах світу та в Україні;
- провести маркетинговий аналіз вітчизняного ринку НПЗП, визначити тенденції його розвитку;
- провести аналіз цінових параметрів НПЗП, що представлені на фармацевтичному ринку України;
- за допомогою інтегрованого ABC-XYZ-аналізу провести дослідження структури витрат та стабільності споживання населенням НПЗП;
- розробити й опрацювати методичні підходи до проведення оцінки конкурентних позицій НПЗП на фармацевтичному ринку України;
- із використанням методу кластерного аналізу здійснити оцінку споживчих переваг стосовно досліджуваного сегмента ринку НПЗП;
- розробити методику для прогнозування ємності ринку препаратів групи декс-кетопрофену;
- обґрунтувати соціально-економічну ефективність та інвестиційну доцільність розробки й упровадження нового вітчизняного НПЗП «Кейвер» виробництва ПАТ «Фармак»;
- розробити методичні підходи до формування стратегій підвищення конкурентоспроможності торгової марки (ТМ) на основі розширеного SWOT-аналізу конкурентних переваг;
- розробити й опрацювати модель обґрунтування доцільності виведення на ринок нового препарату із групи НПЗП.

*Об'єктами дослідження* було обрано: вітчизняні та закордонні виробничі ФП; статистичні показники соціально-економічного стану населення України; дані державного реєстру ЛЗ; статистичні дані вітчизняного оптового ринку стосовно НПЗП; анкети споживачів; дані планово-економічного відділу ПАТ «Фармак».

*Предметом дослідження* є соціально-економічні процеси й механізми управління товарною політикою вітчизняних виробничих ФП як фактора підвищення їх конкурентоспроможності та ефективності діяльності.

**Методи дослідження.** Під час роботи використано основні наукові методи, що визначаються як найбільш доцільні при здійсненні організаційно-економічних досліджень, а саме: системно-аналітичний, історичний, логічний та ретроспективний – для з'ясування рівня розробки проблеми у вітчизняній та зарубіжній літературі; структурно-логічного моделювання – для опису концептуальних підходів до управління товарною політикою виробничих ФП. На основі соціологічного методу (анкетування споживачів) зібрано емпіричну інформацію для аналізу чинників, що впливають на формування лояльності споживачів, а також визначення споживчих переваг щодо НПЗП. Методи маркетингових досліджень були використані для аналізу вітчизняного ринку НПЗП (аналіз обсягів продажів та цінової кон'юнктури товарних сегментів ринку НПЗП, характеру конкуренції); фармакоекономічний аналіз, зокрема метод «мінімізації витрат» – з метою оцінки фармакоекономічних переваг при застосуванні НПЗП групи декскетопрофену; метод кластерного аналізу (при здійсненні оцінки споживчих переваг стосовно досліджуваного сегмента ринку НПЗП); SWOT-аналіз ТМ (обґрунтування стратегій підвищення конкурентоспроможності ЛЗ).

Визначення інвестиційної доцільності розробки й упровадження у виробництво ЛЗ здійснювалося за допомогою економіко-математичних методів дослідження. Методи математичної статистики, зокрема методи кореляційно-регресійного аналізу, виявилися необхідними при дослідженні впливу соціально-економічних факторів на обсяг продажів препаратів групи декскетопрофену.

Методи описового та абстрактного моделювання й узагальнення, а також прогностичний метод застосовувалися для формулювання висновків, рекомендацій і пропозицій щодо обґрунтування соціально-економічних принципів управління товарною політикою виробничих ФП; графічний метод – для наочного подання статистичного матеріалу та схематичного зображення низки теоретичних і практичних положень дисертаційного дослідження.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених і практиків, присвячені проблемам управління товарною політикою та її оптимізації, а також офіційні статистичні дані, які стосуються зазначених питань, анкети споживачів, дані державного реєстру ЛЗ, дані маркетингових дослідницьких компаній щодо обсягів продажів НПЗП, Інтернет-сайти ФП, дані ФП щодо економічних показників товарного асортименту ЛЗ, плани фінансування служб наукових розробок ФП.

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в поглибленні наявних і теоретичному обґрунтуванні нових соціально-економічних підходів до управління й удосконалення товарної політики виробничого ФП.

Найважливішими науковими результатами, що характеризують новизну і розкривають зміст дисертаційного дослідження, є такі:

*Уперше:*

- розроблено і на прикладі НПЗП опрацьовано методичні підходи до проведення оцінки конкурентних позицій НПЗП на фармацевтичному ринку України;
- науково обґрунтовано та розроблено методику прогнозування ємності ринку препаратів групи декскетопрофену;
- запропоновано модель обґрунтування доцільності виведення на ринок нового препарату групи НПЗП з її подальшим опрацюванням на прикладі ПАТ «Фармак».

*Удосконалено:*

- методику проведення аналізу та оцінки розробки й упровадження у вироб-

ництво нового ЛЗ з урахуванням його економічної привабливості для споживача та інвестиційної доцільності для вітчизняного виробника;

- науково-методичні положення щодо вивчення переваг споживачів НПЗП за допомогою соціологічних та математико-статистичних методів.

*Набуло подальшого розвитку:*

- методика проведення інтегрованого ABC-XYZ-аналізу структури витрат та стабільності споживання населенням НПЗП;

- методичні підходи до визначення вагомості соціально-економічних показників, що впливають на обсяг продажів препаратів групи декскетопрофену, за допомогою експертного оцінювання;

- застосування розширеного SWOT-аналізу конкурентоспроможності на рівні ТМ.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в тому, що у сукупності вони становлять теоретичну, наукову і методичну основу для здійснення вітчизняними виробниками ліків обґрунтованої та ефективної товарної політики.

За результатами дослідження здобувачем підготовлені та затверджені ПК «Фармація» МОЗ і НАМН України (протокол № 96 від 20.04.2016 р., протокол № 97 від 15.06.2016 р.), погоджені Українським центром наукової медичної інформації та патентно-ліцензійної роботи МОЗ України 2 методичних рекомендацій:

- *«Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності нестероїдних протизапальних засобів на фармацевтичному ринку України»* (2016 р.) – знайшли застосування у практичній роботі ПАТ «Фармак» (08.04.2016 р.), ПАТ «Хімфармзавод «Червона зірка» (07.04.2016 р.), ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» (12.09.2016 р.), комунального підприємства «Смілянська комунальна аптека» (21.04.2016 р.), ТОВ «Данунц» (17.10.2016 р.) а також у навчальному процесі Буковинського державного медичного університету (14.04.2016 р.), Національного фармацевтичного університету (18.04.2016 р.), Запорізького державного медичного університету (27.04.2016 р.), Одеського національного медичного університету (05.05.2016 р.), Львівського національного медичного університету ім. Данила Галицького (02.06.2016 р., 27.10.2016 р.), Тернопільського державного медичного університету ім. І. Я. Горбачевського (24.06.2016 р.), Національного медичного університету імені О.О. Богомольця (21.10.2016 р.).

- *«Організаційно-економічні принципи формування асортиментної політики промислових фармацевтичних підприємств (на прикладі нестероїдних протизапальних препаратів)»* (2017 р.) – знайшли застосування у практичній роботі ПАТ «Фармак» (03.04.2017 р.), ПАТ «Хімфармзавод «Червона зірка» (07.04.2017 р.), ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» (21.05.2017 р.), а також у навчальному процесі Буковинського державного медичного університету (09.11.2017 р.), Національного фармацевтичного університету (18.04.2017 р.), Національної медичної академії післядипломної освіти ім. П.Л. Шупика (24.04.2017 р.), Запорізького державного медичного університету (28.04.2017 р.), Одеського національного медичного університету (05.05.2017 р.), Львівського національного медичного університету ім. Данила Галицького (17.11.2017 р., 20.11.2017 р.), Тернопільського державного медичного університету ім. І. Я. Горбачевського (27.06.2017 р.), Національного медичного університету імені О.О. Богомольця (14.11.2017 р.), Національного університету «Львівська політехніка» (27.06.2017 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійною заверше-

ною науковою працею, в якій викладено авторський підхід до розробки науково-практичних засад щодо управління товарною політикою виробничих ФП.

Дисертантом особисто проведено дослідження сучасних підходів до формування товарної політики вітчизняних ФП; проаналізовано нормативно-правову базу щодо регулювання імпортозамінного виробництва ЛЗ в Україні; здійснено маркетинговий аналіз вітчизняного ринку НПЗП, розраховано та проаналізовано цінові параметри НПЗП (коефіцієнт адекватності платоспроможності, коефіцієнт еластичності попиту за ціною); досліджено структуру витрат та стабільність споживання населенням НПЗП за допомогою інтегрованого ABC-XYZ-аналізу; проведено оцінку економічної ефективності та інвестиційної доцільності розробки й упровадження у виробництво ЛЗ.

За результатами комплексних досліджень автором запропоновано методичні підходи до проведення оцінки конкурентних позицій НПЗП на фармацевтичному ринку України. З використанням методу математичного моделювання здійснено розрахунок перспективної ємності сегмента ринку препаратів групи декскетопрофену, а також запропоновано модель обґрунтування доцільності виведення на ринок нового препарату із групи НПЗП з її подальшим опрацюванням на прикладі ПАТ «Фармак».

У наукових працях, опублікованих у співавторстві з д. фарм. н., професором А. А. Котвіцькою та к. фарм. н. І. О. Лобовою, дисертанту належить вирішальна роль у визначенні мети дослідження, шляхів її реалізації, плануванні та виконанні експерименту, обробці, інтерпретації та узагальненні одержаних результатів, формуванні основних положень та висновків, що захищаються.

Співавторами наукових праць дисертанта захищено такі дисертації: Котвіцька А. А. «Методологія соціально-ефективної організації фармацевтичного забезпечення населення», Харків, 2008 р.; Лобова І. О. «Наукове обґрунтування соціально-економічних підходів до підвищення доступності лікарських засобів для лікування хворих з ішемічним інсультом», Харків, 2014 р.

Постанова мети та завдань, обговорення результатів проведено разом із науковим керівником.

**Апробація результатів дисертації.** Основні теоретичні та методичні положення і результати дисертаційного дослідження доповідалися й обговорювалися на: XXIII International Scientific And Practical Conference Of Young Scientists And Student «Topical issues of new drugs development» (м. Харків, 21 квітня 2016 р.); науково-практической конференції молодих учених и студентов ТГМУ им. Абуали ибни Сино с международным участием, посвящённой 25-летию государственной независимости Республики Таджикистан «Медицинская наука: достижения и перспективы» (м. Душанбе, 29 квітня 2016 р.); VIII Національному з'їзді фармацевтів України «Фармація XXI століття: тенденції та перспективи» (м. Харків, 13-16 вересня 2016 р.); VI науково-практичній конференції з міжнародною участю «Науково-технічний прогрес і оптимізація технологічних процесів створення лікарських препаратів» (м. Тернопіль, 10-11 листопада 2016 р.); IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Формування Національної лікарської політики за умов впровадження медичного страхування: питання освіти, теорії та практики» (м. Харків, 15 березня 2017 р.); щорічній V Міжнародній науково-практичній дистанційній конференції «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики» (м. Харків, 30-31 березня 2017 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції з міжнародною участю «Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики» (м.

Харків, 20-21 квітня 2017 р.); III Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи» (м. Харків, 25-28 квітня 2017 р.).

**Публікації.** За результатами дисертаційного дослідження надруковано 17 праць, із них 7 статей у наукових фахових виданнях (2 з яких у закордонних виданнях), 2 методичних рекомендацій, 8 тез доповідей.

**Обсяг і структура дисертації.** Дисертація викладена на 323 сторінках машинописного тексту і складається зі вступу, 5 розділів, висновків, списку використаних джерел та 11 додатків. Обсяг основного тексту 158 сторінок друкованого тексту. Робота ілюстрована 36 таблицями та 21 рисунком. Список використаних джерел містить 235 найменувань, з них 192 кирилицею і 43 латиницею.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

### **Теоретичні основи управління та формування товарної політики виробничих фармацевтичних підприємств**

На сьогодні упровадження імпортозамінного виробництва ЛЗ визначається як особливо актуальна стратегія для України у зв'язку з високою вартістю закордонних препаратів, їх значною часткою на вітчизняному фармацевтичному ринку та зниженням доступності фармацевтичного забезпечення для населення. За оцінкою експертів ВООЗ, лише 30% українського фармацевтичного ринку у вартісному виразі займають вітчизняні ЛЗ, а частка імпортованих ЛЗ становить відповідно близько 70%.

Основним нормативно-правовим актом, що визначає стратегію розвитку фармацевтичного сектора в Україні, є наказ МОЗ від 13.09.2010 р. № 769, яким затверджено «Концепцію розвитку фармацевтичного сектору галузі охорони здоров'я України на 2011-2020 роки». Саме концепцією встановлено пріоритетні напрямки розвитку імпортозамінного виробництва ЛЗ в Україні.

Враховуючи вищевикладене, можна стверджувати, що розробка оптимальної стратегії імпортозаміщення є одним із напрямків поліпшення забезпечення населення України життєво необхідними, ефективними, якісними та доступними за ціною ЛЗ, а розробка й упровадження у виробництво імпортозамінних вітчизняних ЛЗ є пріоритетними напрямками державної політики у фармацевтичному секторі.

Прийняття ФП раціонального рішення щодо формування товарної стратегії має базуватися на комплексних дослідженнях як власних виробничих можливостей, так і ситуації на фармацевтичному ринку, що досягається за допомогою наукових методів формування та оптимізації асортименту.

Проведена класифікація існуючих методів формування товарної політики підприємства, яка ґрунтується на виділенні трьох основних класифікаційних ознак, а саме на рівні управління, маркетинговому і товарознавчому підходах, що показують напрямки наукових підходів до формування оптимального асортименту підприємства.

Проведений аналіз літературних джерел щодо визначення основних підходів до формування товарної політики ФП підтверджує необхідність визначення поточних і перспективних потреб покупців; оцінку аналогічної продукції конкурентів; визначення якісних та кількісних показників розвитку цільового сегмента ринку; критичну оцінку з позицій споживачів ЛЗ, що випускаються підприємством; вирішення питань щодо розширення або скорочення асортименту, упровадження у виробництво нових ЛЗ, розробку нових лікарських форм (ЛФ); економічну оцінку асортименту.



## Обґрунтування напрямків, загальної методики та основних методів дослідження

У сучасних умовах загострення конкуренції на вітчизняному фармацевтичному ринку, збільшення вартості наукових розробок та інвестицій ФП, підвищення рівня вимог і потреб споживачів ЛЗ, використання вітчизняними виробниками ліків інноваційних підходів до управління товарною політикою, яка дозволить забезпечити підприємству стійку ринкову позицію, економічну стабільність і стратегічний розвиток поряд із забезпеченням наявності на ринку України необхідних та доступних ЛЗ вітчизняного виробництва, набуває особливої актуальності.

Методологічну основу дисертаційної роботи становлять соціально-економічні принципи управління товарною політикою виробничих ФП відповідно до сучасних умов діяльності, що характеризуються зростаючою конкуренцією, економічною нестабільністю та насиченням ринку.

Для досягнення поставленої мети й вирішення завдань дисертаційної роботи нами використано низку сучасних методів організаційно-економічних, маркетингових і фармакоеконімічних досліджень, спрямованих на вивчення ємності та кон'юнктури ринку НПЗП, визначення конкурентоспроможності ЛЗ, сегментацію споживачів, розробку підходів до прогнозування ємності ринку НПЗП. Обґрунтування соціально-економічних принципів управління товарною політикою виробничих ФП проведено відповідно до загальної методики дисертаційного дослідження, наведеної на рис. 1.

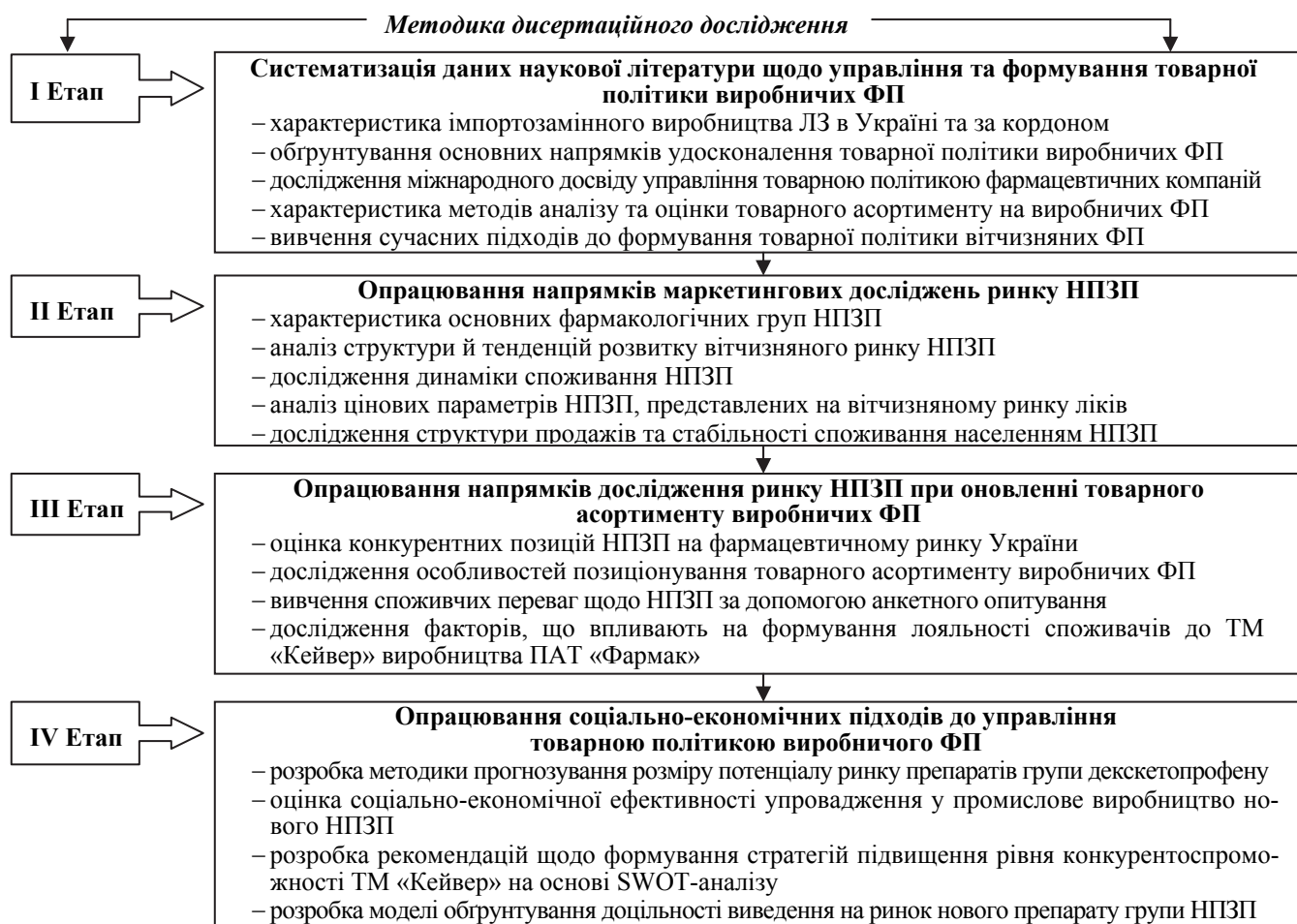


Рис. 1 Загальна методика проведення дисертаційних досліджень

## Маркетингові дослідження вітчизняного ринку нестероїдних протизапальних препаратів

На сьогодні провідні позиції за обсягами споживання населенням займають НПЗП. Так, в усьому світі понад 30 млн осіб змушені постійно їх приймати, а 300 млн споживають їх короткими курсами. Тому наступний етап дослідження передбачав здійснення маркетингового аналізу саме цієї групи препаратів, представлених на ринку України.

За даними Державного реєстру ЛЗ станом на січень 2016 р. встановлено, що асортимент зареєстрованих в Україні НПЗП представлений 28 міжнародними непатентованими назвами (МНН) та складає 397 торгових назв (ТН) ЛЗ. Найбільш численними є підгрупи диклофенаку (84 препарати), парацетамолу (50 ЛЗ) та ібупрофену (47 ЛЗ).

Проведені дослідження показали, що на сьогодні основний асортимент НПЗП, представлених на фармацевтичному ринку України, характеризується значною імпортозалежністю. Так, в Україні виробляються лише 135 ТН досліджуваних препаратів з урахуванням ЛФ, а 262 торгові назви НПЗП представлені закордонними виробниками. Співвідношення торгових назв НПЗП вітчизняного та іноземного виробництва становить 34 і 66% відповідно.

Необхідно зазначити, що досліджуваний сегмент препаратів відзначається достатньою різноманітністю ЛФ. Так, на фармацевтичному ринку України НПЗП представлені в 19 ЛФ, з яких найбільшу частку складають таблетки – 50,1%, розчини для ін'єкцій – 13,1%, капсули – 10,1% номенклатури.

Результати проведеного аналізу асортименту НПЗП за механізмом дії дозволяють стверджувати, що найбільша кількість ТН представлена у групі неселективних НПЗП – 301 ЛЗ, серед яких провідні позиції займають препарати диклофенаку (21,2%), парацетамолу (12,6%), ібупрофену (11,8%) та мелоксикаму (7,8%).

З метою визначення особливостей і тенденцій попиту на НПЗП наступний етап дослідження передбачав здійснення аналізу показників їх реалізації у натуральних і грошових одиницях. Проведені дослідження показали, що за підсумками 2016 р. обсяг роздрібного ринку цього сегмента препаратів склав 2,5 млрд грн за 82,5 млн упаковок, збільшившись у порівнянні з 2012 р. на 118,3% у грошовому вимірі та зменшившись на 10,8% у натуральному.

За результатами аналізу показників продажів НПЗП у розрізі МНН встановлено, що попит на НПЗП у натуральних показниках вищий у підгрупах метамізолу натрію, ацетилсаліцилової кислоти та диклофенаку, загальна ємність ринку яких у 2016 р. становила відповідно 22 094 983, 18 545 985 та 11 129 163 упаковок, що можна пояснити широким асортиментом цих препаратів на ринку України. Разом з тим, лідерами серед досліджуваного сегмента препаратів за обсягами продажів у грошових показниках є ЛЗ підгруп німесулід, диклофенаку, мелоксикаму, ібупрофену, кеторолаку та декскетопрофену, показники реалізації яких у 2016 р. становили відповідно 414,53, 401,62, 288,50, 260,26, 247,42 і 228,74 млн грн.

Наступним етапом дослідження став аналіз цінових параметрів НПЗП. Установлено, що у 2016 р. для 96,4% ТН препаратів спостерігалася тенденція зниження їх економічної доступності для населення. Найбільшою виявилася кількість представлених на ринку препаратів у ціновому діапазоні до 100 грн за упаковку – 235 ТН у 2012 р. і 250 ТН у 2016 р. Відзначається щорічне збільшення кількості НПЗП вартістю упаковки понад 200 грн (3 ТН у 2012 р. і 21 ТН у 2016 р.).

З метою оцінки впливу купівельної спроможності населення на величину попиту на ЛЗ наступний етап нашого дослідження передбачав проведення розрахунку та аналізу коефіцієнта адекватності платоспроможності.

На підставі розрахованих показників коефіцієнта адекватності платоспроможності визначено, що найбільш доступними серед досліджуваних груп ЛЗ виявилися препарати метамізолу натрію, піроксикаму, парацетамолу та ацетилсаліцилової кислоти, коефіцієнт адекватності платоспроможності яких у 2016 р. становив відповідно 0,21, 0,28, 0,34 та 0,37.

Серед показників, що вивчалися в межах аналізу цінової кон'юнктури ринку, є показник цінової еластичності попиту, який демонструє ступінь чутливості попиту на ЛЗ при зміні ціни на них. За результатами визначення залежності попиту на НПЗП від ціни протягом досліджуваного періоду встановлено, що більшість препаратів характеризуються високою ціновою еластичністю, основними причинами якої є широкий асортимент окремих груп НПЗП і велика кількість взаємозамінних ЛЗ на цьому ринку.

Проведений АВС-аналіз НПЗП (за торговими назвами) показав, що протягом 2012-2016 рр. питома вага в обсягах продажів препаратів групи А коливалася від 79,2% (у 2012 р.) до 79,8% (у 2016 р.). Питома вага в обсягах продажів ТН НПЗП групи В становила 15,8% у 2012 р. та 15,2% у 2016 р.

Необхідно зазначити, що у 2016 р. до складу групи А увійшли 52 ТН НПЗП, зокрема *Німесил®* (13,7% від загального обсягу продажів), *Дексалгін® Ін'ект* (5,0%), *Диклоберл® N 75* (4,9%), *Анальгін-Дарниця* (3,7%), *Ревмоксикам®* (3,2%), *Кетанов* (2,8%), *Моваліс®* (2,8%), *Ксефокам* (2,5%), *Ацетилсаліцилова кислота-Дарниця* (2,3%), *Німід®* (1,9%) та ін. Групу В формують 54 НПЗП, зокрема *Олфен™-100 СР Депоканс* (0,49%), *Кетальгін® Лонг* (0,48%), *Нурофен* (0,47%), *Аертал®* (0,46%), *Ібупром Макс* (0,46%) та ін. До складу групи С увійшли 147 ТН.

Як свідчать результати XYZ-аналізу, серед загальної сукупності досліджуваного сегмента ЛЗ у 2016 р. найбільша кількість НПЗП (71,6%) належить до категорії Z і характеризується нерегулярністю продажів. На ЛЗ категорії Y припадає 23,7% від усього асортименту НПЗП, а категорія X представлена 4,7% ТН НПЗП.

На підставі проведеного інтегрованого АВС-XYZ-аналізу за допомогою матричних проєкцій встановлено, що 1,6% та 6,3% усіх ТН НПЗП становлять препарати зі статусом А/Х та А/У відповідно, які є безумовними лідерами. Група С/З досить велика і складається із 123 ТН НПЗП, які належать до комерційно проблемних, оскільки роблять незначний внесок у формування прибутку і характеризуються значними коливаннями продажів (табл. 1).

## Матриця інтегрованого ABC-XYZ аналізу асортименту НПЗП (за ТН)

	<b>А</b>	<b>В</b>	<b>С</b>
<b>X</b>	Препарати, що характеризуються високою прибутковістю та регулярністю продажів: <b>4 ЛЗ</b> ( <i>Ревмоксикам®</i> (супоз.), <i>Ревмоксикам®</i> (р-н д/ін.), <i>Анальгін-Дарниця</i> , <i>Кетолонг-Дарниця®</i> )	Препарати, що характеризуються середньою прибутковістю та регулярністю продажів: <b>4 ЛЗ</b> ( <i>Ревмоксикам®</i> (таб. 7,5 мг), <i>Ревмоксикам®</i> (таб. 15 мг), <i>Кетонал® ДУО</i> , <i>Диклофенак</i> )	Препарати, що характеризуються низькою прибутковістю та регулярністю продажів: <b>4 ЛЗ</b> ( <i>Піроксикам</i> , <i>Мелоксикам-Тева</i> , <i>Диклофенак натрію</i> , <i>Диклофенак</i> )
<b>Y</b>	Препарати, що характеризуються високою прибутковістю та періодичністю продажів: <b>16 ЛЗ</b> ( <i>Ксефокам</i> , <i>Кетонал®</i> , <i>Наклофен</i> , <i>Німесил®</i> , <i>Кетанов</i> та ін.)	Препарати, що характеризуються середньою прибутковістю та періодичністю продажів: <b>22 ЛЗ</b> ( <i>Ремесулід®</i> , <i>Ефералган</i> , <i>Ранідол®</i> , <i>Диклак® ID</i> та ін.)	Препарати, що характеризуються низькою прибутковістю та періодичністю продажів: <b>22 ЛЗ</b> ( <i>Мелбек®</i> , <i>Ібутард 300</i> , <i>Синметон</i> , <i>Диклак® ID</i> , <i>Кетальгін®</i> та ін.)
<b>Z</b>	Препарати, що характеризуються високою прибутковістю та нерегулярністю продажів: <b>30 ЛЗ</b> ( <i>Наклофен ДУО</i> , <i>Моваліс®</i> , <i>Налгезин®</i> , <i>Аркоксія®</i> , <i>Німід®</i> , <i>Імет®</i> , <i>Дексалгін®</i> , <i>Дексалгін® Ін'єкт</i> , <i>Інфулган</i> , <i>Ларфікс</i> , <i>Ібупрофен</i> , <i>Ібупром</i> , <i>Парацетамол</i> , <i>Диклофенак-Дарниця</i> та ін.)	Препарати, що характеризуються середньою прибутковістю та нерегулярністю продажів: <b>28 ЛЗ</b> ( <i>Аертал®</i> , <i>Кеторолак-Здоров'я</i> , <i>Налгезин® Форте</i> , <i>Зотек®-300</i> , <i>Етол Форст</i> , <i>Ібупром Спринт Капс</i> , <i>Династат</i> , <i>Анальгін</i> , <i>Нурофен Експрес</i> , <i>Кетальгін® Лонг</i> та ін.)	Препарати, що характеризуються низькою прибутковістю та нерегулярністю продажів: <b>123 ЛЗ</b> ( <i>Федин-20®</i> , <i>Зотек®-200</i> , <i>Зеродол</i> , <i>Вольтарен®</i> , <i>Денебол</i> , <i>Промакс®</i> , <i>Аспікам</i> , <i>Мовалгін</i> , <i>Німесулід-Астрафарм</i> , <i>Меломакс</i> , <i>Піарон</i> , <i>Мефенамінова кислота-Дарниця</i> , <i>Целебрекс®</i> та ін.)

### Наукове обґрунтування ринково орієнтованої моделі оцінки конкурентних переваг фармацевтичних підприємств

Одним із найважливіших показників ефективності діяльності ФП, від якого залежить успіх роботи, фінансовий стан та позиція підприємства на ринку, виступає конкурентоспроможність фармацевтичної продукції.

Тому нами розроблено методичні підходи до проведення оцінки конкурентних позицій НПЗП на фармацевтичному ринку України, які складаються з шести основних етапів (рис. 2).

До першого етапу методики належить аналіз асортименту вітчизняного ринку НПЗП із визначенням кола наявних конкурентів та сучасних тенденцій формування ринку досліджуваної групи препаратів. Установлено, що асортимент НПЗП для перорального застосування представлений 149 торговими назвами (ТН) НПЗП, віднесених до таких фармакотерапевтичних груп: індометацин, диклофенак, етодолак, кеторолак, ацеклофенак, піроксикам, теноксикам, лорноксикам, мелоксикам, ібупрофен, напроксен, кетопрофен, флурбіпрофен, дексібупрофен, декскетопрофен, кислота мефенамінова, целекоксиб, рофекоксиб, парекоксиб, еторикоксиб, набуметон, німесулід.

На другому етапі передбачено проведення оцінки конкурентної ситуації на ринку НПЗП, що здійснюється шляхом розрахунку розміру ринкової частки ТН досліджуваного сегмента.

З метою виділення груп НПЗП за ринковим потенціалом - аутсайдерів, ЛЗ зі слабкою, сильною конкурентною позицією і лідерів ринку спочатку був проведений попередній розподіл досліджуваної сукупності ТН НПЗП на два сектори, для яких значення ринкових часток є більшими або меншими за середнє значення. В межах третього етапу у кожному із секторів здійснювалося обчислення середньоквадратичного відхилення фактичної ринкової частки, що дозволило визначити мінімальні та максимальні межі груп ТН НПЗП.

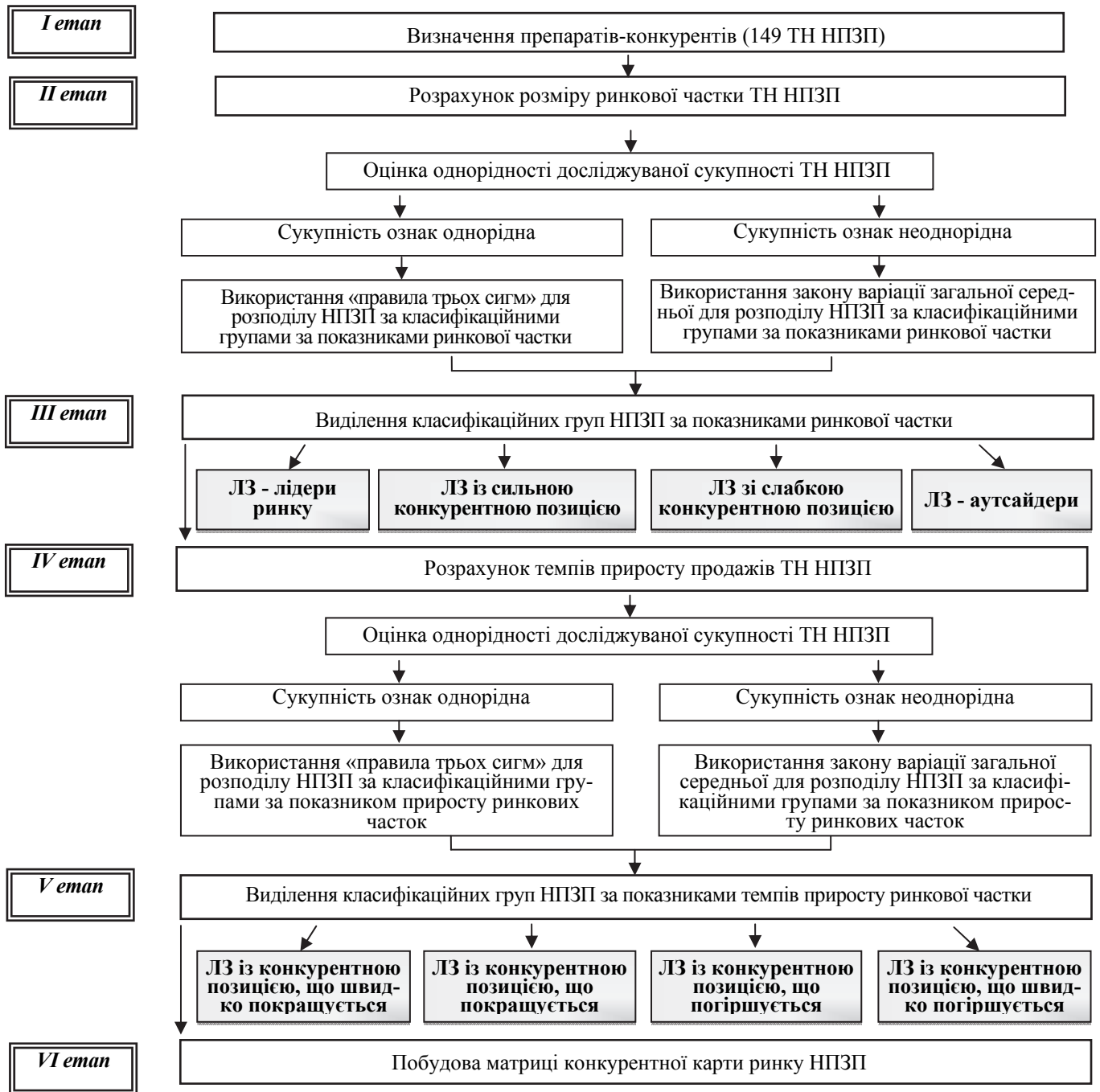


Рис. 2 Методичні підходи до проведення оцінки конкурентних позицій НПЗП на фармацевтичному ринку України

За результатами проведеного розподілу ТН НПЗП на групи відповідно до розміру ринкової частки встановлено, що до складу першої класифікаційної групи (ЛЗ – лідери ринку) з діапазоном ринкової частки від 7,02% до 6,30% увійшли 4 ТН НПЗП. До складу другої групи (ЛЗ із сильною конкурентною позицією) віднесено 34 ТН НПЗП, для яких значення ринкової частки знаходилося у межах від 6,30% до 0,67%. Третя група препаратів (ЛЗ зі слабкою конкурентною позицією) містить 24 ТН НПЗП зі значенням ринкової частки від 0,67% до 0,22%. Четверту групу препаратів (ЛЗ – аутсайтери) із значенням ринкової частки від 0,22% до 0,00002% сформовано із 90 ТН НПЗП.

За напрямом четвертого етапу методики, який полягає у проведенні оцінки конкурентних позицій ТН НПЗП, передбачається визначення індивідуальних темпів

приросту ринкової частки, її середнього значення та середньоквадратичного відхилення темпів приросту ринкової частки.

Оцінка конкурентних позицій ЛЗ усередині обраного сегмента НПЗП є п'ятим етапом запропонованої методики, яку доцільно здійснювати з метою виявлення перспективних ринкових ніш для розробки й упровадження у виробництво препаратів. Розподіл ТН НПЗП на класифікаційні групи відповідно до зміни їх конкурентної позиції мав таку структуру: до першої групи препаратів з конкурентною позицією, що швидко покращується, для яких значення темпів приросту ринкової частки було в інтервалі 1772,72% – 866,06%, віднесено лише 1 ТН. Друга група препаратів (ЛЗ із конкурентною позицією, що покращується) містить 41 ТН зі значенням показника  $T$  від 866,06% до 21,64%. Третю групу (ЛЗ із конкурентною позицією, що погіршується) препаратів із значеннями темпів приросту ринкових часток від 21,64% до -82,11% сформовано з 92 ТН НПЗП. Четверта група препаратів (ЛЗ із конкурентною позицією, що швидко погіршується) представлена 15 ТН НПЗП, для яких значення показника  $T$  знаходилось у межах від -82,11% до -99,94%.

На шостому етапі з урахуванням отриманих результатів оцінки розподілу ринкової частки та ступеня зміни конкурентної позиції досліджуваних ТН НПЗП нами побудована матриця конкурентної карти ринку НПЗП. В її основу покладено перехресну класифікацію ТН НПЗП за показниками ринкової частки та її динаміки, в результаті застосування якої визначаються 16 типів стратегічних позицій препаратів, що відрізняються ступенем використання конкурентних переваг і потенційною можливістю протистояти тиску конкурентів (табл. 2).

Таблиця 2

### Матриця формування конкурентної карти вітчизняного ринку НПЗП (за ТН)

Класифікаційні групи НПЗП за зміною ринкової частки		Класифікаційні групи НПЗП за часткою ринку			
		ЛЗ – лідери ринку	ЛЗ із сильною конкурентною позицією	ЛЗ зі слабкою конкурентною позицією	ЛЗ – аутсайтери
		$D_{max}; D_{сер} + 3 \cdot \sigma_1$	$D_{сер} + 3 \cdot \sigma_1; D_{сер}$	$D_{сер}; D_{сер} - 3 \cdot \sigma_2$	$D_{сер} - 3 \cdot \sigma_2; D_{min}$
ЛЗ із конкурентною позицією, що швидко покращується	$T_{max}; T_{сер} + 3 \cdot \sigma_3$	—	—	—	1 ТН (Напрофф)
ЛЗ із конкурентною позицією, що покращується	$T_{сер} + 3 \cdot \sigma_3; T_{сер}$	1 ТН (Ібупрофен)	11 ТН (Ібупрофен-Дарниця, Дексалгін®, Кейвер®, Німід®, Налгезин® та ін.)	8 ТН (Ксефокам, Етол Форт, Синметон, Налгезин® Форте та ін.)	21 ТН (Кетолак, Вольтарен®, Зеродол, Оксилітен, Денебол та ін.)
ЛЗ із конкурентною позицією, що погіршується	$T_{сер}; T_{сер} - 3 \cdot \sigma_4$	3 ТН (Ортофен-Здоров'я, Кетанов, Німесил®)	22 ТН (Імет®, Найз®, Ревмоксикам®, Диклоберл® Ретард та ін.)	16 ТН (Ортофен, Зотек®-200, Федин-20®, Аертал® та ін.)	51 ТН (Бруфен®, Диклак® ID, Кетонал®, Мелбек та ін.)
ЛЗ із конкурентною позицією, що швидко погіршується	$T_{сер} - 3 \cdot \sigma_4; T_{min}$	—	—	—	15 ТН (Аспікам, Мовалгін, Метиндол ретард, Промакс® та ін.)

Отримані результати оцінки позицій, які займають досліджувані НПЗП на конкурентній карті, дозволяють використовувати обґрунтовані підходи до розроблення стратегій конкуренції з метою уникнення або запобігання негативних тенденцій у виробничо-збутових процесах ФП.

З метою визначення чинників, які впливають на формування лояльності споживачів до конкретних ТМ НПЗП, нами було використано метод анкетного опитування. Загальна кількість респондентів становила 672 особи, які проживають у містах Києві та Харкові, з яких 61,8% складають жінки. Більша частина респондентів (57,9%) – особи віком від 45 до 65 років. Переважна більшість опитаних, а саме 78,6%, працюють.

Відповідно до результатів проведеного соціологічного дослідження встановлено, що найбільш зручною ЛФ НПЗП респонденти вважають таблетки (43,9% опитаних), найбільш ефективною – ін'єкційні розчини (30,8% опитаних).

Вивчення поведінки споживачів показало, що більшість респондентів (62,1%) надає перевагу ЛЗ, призначеним лікарями, і при цьому не цікавляться наявністю в аптеці аналогів.

Необхідно зазначити, що більшість респондентів (57,1%) віддає перевагу продукції зарубіжних виробників. Разом з тим особливу увагу привертає ставлення опитаних до основних вітчизняних та іноземних виробників НПЗП, представлених на фармацевтичному ринку України. Результати анкетування свідчать, що вітчизняний фармацевтичний виробник ПАТ «Фармак» посів третє місце у рейтингу довіри споживачів після таких виробників, як «Berlin-Chemie» (Німеччина) і «Boehringer Ingelheim» (Німеччина).

Враховуючи те, що ПАТ «Фармак» є одним із провідних вітчизняних фармацевтичних виробників, наступний етап дослідження передбачав проведення аналізу факторів, що впливають на формування лояльності споживачів до ТН «Кейвер» цього виробника ПАТ «Фармак», який виявився претендентом на лідерство зі зростаючою конкурентною позицією.

За результатами кластерного аналізу оцінок споживачів визначено основні чинники, що впливають на формування лояльності споживачів до ЛЗ «Кейвер», зокрема ефективність дії ЛЗ, зручність застосування лікарської форми, престиж фірми-виробника, відсутність побічних ефектів, та обґрунтовано напрямки зміцнення його конкурентної позиції.

### **Обґрунтування соціально-економічної моделі управління товарною політикою виробничого фармацевтичного підприємства**

У сучасних умовах високого рівня розвитку конкуренції, обмеженості окремих видів виробничих ресурсів та зниження платоспроможного попиту населення визначення прогнозного обсягу продажів є основою формування й організації процесу виробництва, збуту продукції, можливостей розширення ринків збуту, отримання максимального прибутку. Так, із метою обґрунтування і правильного формування виробничої програми ФП розроблено методика прогнозування ємності сегмента ринку НПЗП із визначенням чинників, що впливають на її розмір, в основу якої покладено економіко-статистичні методи, зокрема кореляційно-регресійний аналіз, та яку опрацьовано на прикладі препаратів групи декскетопрофену (рис. 3).

На підставі проведеної експертної оцінки та кореляційного аналізу визначено, що найбільший вплив на результативний показник обсягу продажів препаратів групи декскетопрофену ( $Y$ ) чинять кількість осіб із захворюваннями кістково-м'язової системи та сполучної тканини на 100 тис. населення ( $X_4$ ) та загальна кількість лікарських призначень декскетопрофену ( $X_7$ ).

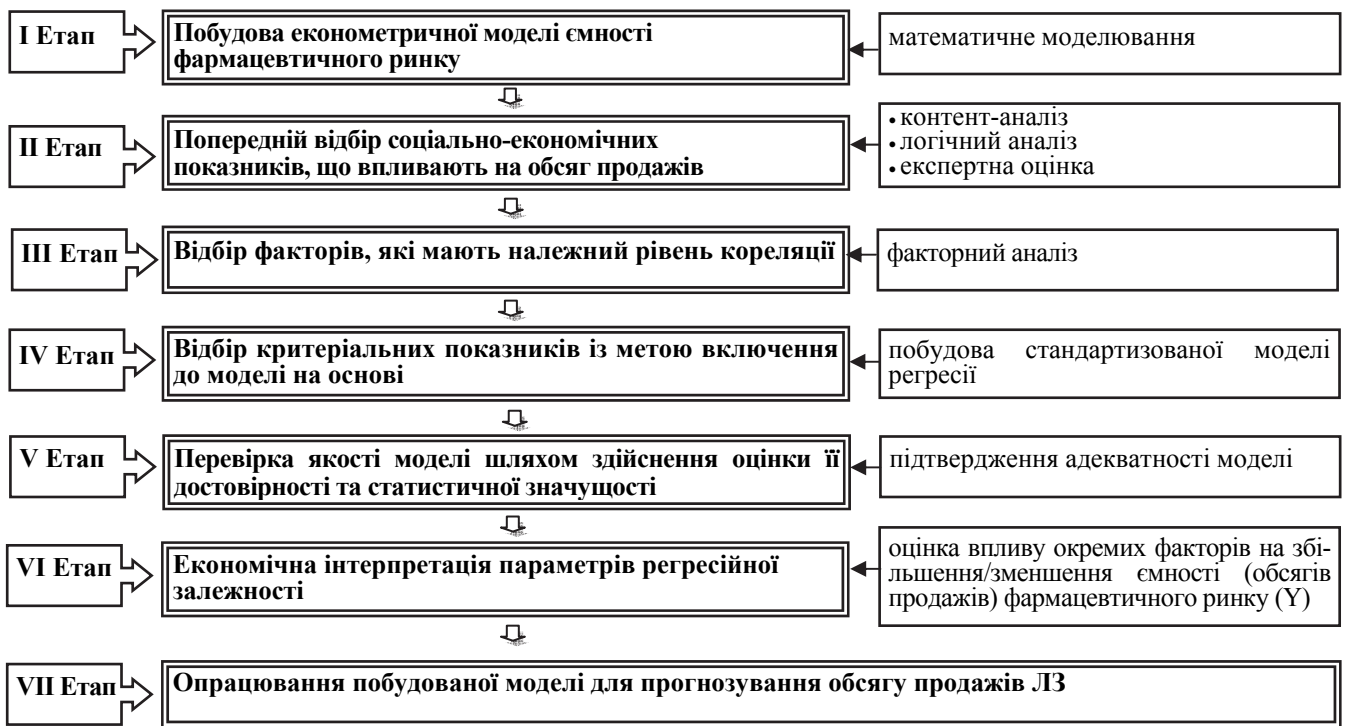


Рис. 3 Методика прогнозування ємності сегмента ринку декскетопрофену

Використання регресійного аналізу дозволило нам визначити функцію, згідно з якою встановлено вплив параметрів моделі на залежну змінну:

$$Y = 67824,618 + 126,924 \cdot X_4 + 15,026 \cdot X_7.$$

Як свідчать результати дослідження, найбільшу вагу має показник «кількість осіб із захворюваннями кістково-м'язової системи та сполучної тканини на 100 тис. населення».

З метою здійснення прогнозування обсягу продажів ЛЗ нами було визначено прогнозні значення для кожного з досліджуваних факторів за допомогою ліній тренду. З використанням прогнозних значень для кожного з факторів за наведеними рівняннями регресії на наступному етапі нашого дослідження був обчислений прогнозний показник обсягу продажів ЛЗ групи декскетопрофену. За результатами розрахунків встановлено, що обсяг продажів ЛЗ групи декскетопрофену у 2018 році становитиме 1 844 615 упаковок, що є позитивною тенденцією розвитку досліджуваного сегмента ринку.

Практичне значення запропонованої методики для ФП полягає у можливості прогнозування обсягу продажів препаратів групи декскетопрофену шляхом побудови трендів по показниках, які входять у рівнянні регресії. На основі цього ФП може здійснювати планування та прогнозування доцільних обсягів виробництва ЛЗ із врахуванням як ринкової ситуації, так і наявних ресурсів та невикористаних резервів підприємства.

Разом з тим остаточне прийняття рішення щодо включення ЛЗ до виробничої програми підприємства має ґрунтуватися на розрахунках, що демонструють інвестиційну доцільність упровадження у промислове виробництво препарату.

Тому наступним етапом дослідження став розрахунок показників, що характеризують економічну ефективність та доцільність вкладання коштів у розробку та виробництво вітчизняного НПЗП «Кейвер» (ПАТ «Фармак»), а саме: собівартості виробництва генеричного ЛЗ, рентабельності, терміну окупності препарату, чистої



теперішньої вартості та індексу прибутковості.

Проведені нами розрахунки показали, що виробнича собівартість однієї тисячі упаковок препарату становить 43 485,01 грн (39,2% від оптово-відпускної ціни виробника). Під час аналізу фінансово-економічної моделі проекту на підставі договірної ціни 111 грн за упаковку встановлено, що повна рентабельність препарату складає 155,3%. Узагальнено основні складові інвестиційних вкладень у розробку, упровадження у виробництво та виведення на ринок препарату «Кейвер», загальна сума яких становить 1 225 215 грн, із них 682 615 грн (55,7%) припадає на вартість власне розробки та державної реєстрації препарату.

Результати проведеного аналізу методом мінімізації витрат свідчать про те, що ЛЗ соціально-ефективної фармакотерапії серед препаратів групи декскетопрофену із доведеною біоеквівалентною активністю є «Кейвер» виробництва ПАТ «Фармак», який із позицій фармакоеконімічних досліджень має найменшу вартість на курс лікування.

Як відомо, економічна ефективність від упровадження ЛЗ та динаміка охоплення ринку суттєво залежать від розробки й реалізації асортиментно-збутових стратегій ФП та інтенсивності зусиль ФП із виведення препарату на ринок. Тому нами запропоновано алгоритм формування стратегій щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ТН «Кейвер» виробництва ПАТ «Фармак» на основі SWOT-аналізу конкурентних переваг.

До розробленого алгоритму включені елементи з урахуванням можливостей розвитку ринку і загроз зовнішнього середовища, сильних і слабких сторін досліджуваного ЛЗ. Реалізація запропонованого підходу дозволяє обирати найбільш оптимальну і реалістичну стратегію підвищення конкурентних позицій ЛЗ та є підґрунтям для подальшого формування стратегічних маркетингових планів щодо ТН. Результати SWOT-аналізу ТН «Кейвер» наведено у табл. 3.

На підставі аналізу й систематизації вищенаведених результатів досліджень, а також узагальнення практики формування та управління товарною політикою ФП нами запропоновано модель обґрунтування доцільності виведення на ринок нового препарату із групи НПЗП, що складається з п'яти етапів, на кожному з яких передбачається проведення наукових досліджень організаційно-економічного спрямування та визначення результативних показників (рис. 4).

На підставі узагальнення результатів дослідження нами визначені соціально-економічні принципи управління товарною політикою вітчизняних ФП, які ґрунтуються на глибокому та всебічному вивченні потреб і попиту фактичних й потенційних споживачів ЛЗ, аналізі власних можливостей підприємства і кон'юнктури ринку та соціальній відповідальності перед кінцевим споживачем і суспільством в цілому, а саме: орієнтація на забезпечення фізичної і цінової доступності ЛЗ; оптимізація цінової політики за критерієм ціна/ефективність продукції; наукове обґрунтування рівня рентабельності ЛЗ з урахуванням його конкурентоспроможності і необхідності накопичення підприємством фінансових ресурсів для його подальшого інноваційного розвитку; своєчасність реагування на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища з метою запобігання значним витратам наявних ресурсів підприємства та уникнення втрати потенційних можливостей; отримання цільового ефекту від реалізації заходів, пов'язаних з процесом управління товарною політикою, при залученні оптимального розміру потенціалу ринку та оптимізації витрат; орієнтація виробництва ЛЗ на новітні та перспективні вимоги цільової аудиторії споживачів; забезпечення всебічного задоволення потреб споживачів та підвищення якості життя населення.

## Результати SWOT-аналізу торгової марки «Кейвер»

Внутрішні фактори	Сильні сторони	Слабкі сторони
<p><b>Фактори зовнішнього середовища</b></p> <p><b>Можливості</b></p> <p>O<sub>1</sub> – завоювання частки ринку інших НПЗП</p> <p>O<sub>2</sub> – визнання препарату «Кейвер» споживачами як ефективного та якісного</p> <p>O<sub>3</sub> – просування ЛЗ у сегменті лікарів інтенсивної терапії, хірургів, травматологів, терапевтів, сімейних лікарів у зв'язку з затвердженням нових стандартів надання медичної допомоги та включенням декскетпрофену в стандарти</p> <p>O<sub>4</sub> – збільшення обсягів продажу в грошовому і натуральному виразі групи препаратів декскетпрофену</p>	<p><b>SO-стратегії</b></p> <p>S<sub>1</sub>O<sub>4</sub> – використання одержуваного прибутку на здійснення модифікації препарату</p> <p>S<sub>3</sub>O<sub>1</sub>O<sub>3</sub> – проведення постійного моніторингу цін і попиту на цільовому сегменті ринку</p>	<p><b>WO-стратегії</b></p> <p>W<sub>1</sub>O<sub>2</sub>O<sub>3</sub> – активізація роботи з лікарями із призначення препарату «Кейвер» із метою підвищення лояльності існуючих та залучення потенційних споживачів</p> <p>W<sub>1</sub>O<sub>2</sub>O<sub>4</sub> – проведення широких інформаційних кампаній, які охоплюють як основну цільову групу – лікарів-ревматологів, так і інші цільові групи</p> <p>W<sub>1</sub>O<sub>5</sub> – підвищення зацікавленості дис-триб'юторів шляхом запровадження системи знижок</p> <p>W<sub>2</sub>O<sub>2</sub>O<sub>3</sub> – розробка нового дизайну та оформлення упаковок відповідно до вимог споживачів</p>
<p><b>Загрози</b></p> <p>T<sub>1</sub> – зниження розвитку системи охорони здоров'я в частині забезпеченості лікарями;</p> <p>T<sub>2</sub> – подальше дублювання асортименту препаратів декскетпрофену на фармацевтичному ринку</p> <p>T<sub>3</sub> – низький рівень довіри споживачів до вітчизняних ліків</p> <p>T<sub>4</sub> – зменшення фінансування галузі охорони здоров'я та платоспроможного попиту населення</p> <p>T<sub>6</sub> – поява нових хімічних сполук НПЗП</p>	<p><b>ST-стратегії</b></p> <p>S<sub>2</sub>T<sub>3</sub> – проведення маркетингових заходів із посилення корпоративного бренду виробника</p> <p>S<sub>3</sub>T<sub>2</sub>T<sub>4</sub> – оптимізація цін за критерієм ціна/ефективність</p>	<p><b>WT-стратегії</b></p> <p>W<sub>1</sub>T<sub>3</sub> – інформування цільових аудиторій про переваги препарату через публікації у спеціалізованих (аптечних, медичних) виданнях</p>

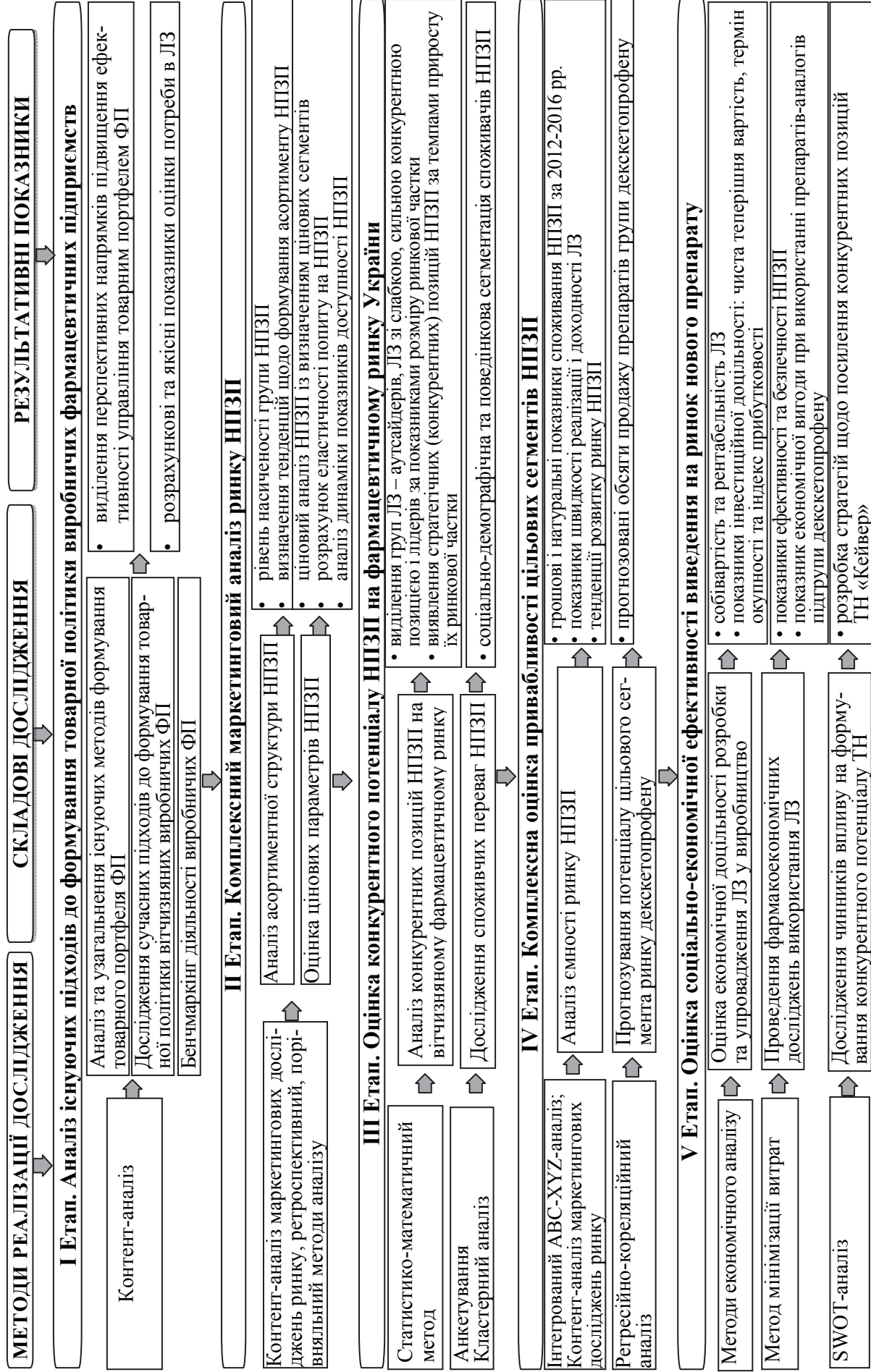


Рис. 4 Модель обґрунтування доцільності виведення на ринок нового препарату із групи НПЗП

## ВИСНОВКИ

1. Уперше на підставі результатів комплексу організаційно-правових, маркетингових та фармакоекономічних досліджень запропоновано соціально-економічні принципи управління товарною політикою виробничих ФП, які передбачають оцінювання та прогнозування кон'юнктури ринку НПЗП, врахування конкурентного потенціалу ЛЗ, їх доведену ефективність і економічну доступність для населення.

2. Узагальнено теоретико-практичні основи формування та управління товарною політикою виробничих ФП, зокрема вивчено сучасні підходи до формування, управління та реалізації товарної політики закордонних та вітчизняних фармацевтичних компаній; розглянуто та систематизовано наявні методи аналізу та оцінки ефективності системи управління товарним асортиментом виробничих ФП та виділено особливості їх застосування щодо певних груп ЛЗ; досліджено особливості формування товарних стратегій виробничих підприємств у сучасних умовах.

Обґрунтовано висновок, що у сучасних умовах обмеженості економічних ресурсів вітчизняної галузі ОЗ для підвищення якості фармацевтичного забезпечення населення доцільним є запровадження стратегії імпортозаміщення, що дозволить зміцнити конкурентні позиції вітчизняних ФП, а також підвищити фізичну й економічну доступність вітчизняних ліків.

3. Проаналізовано сучасний стан і тенденції розвитку ринку НПЗП. Проведено класифікацію виділеної групи ЛЗ відповідно до хімічної структури, тривалості й вираженості протизапального, анальгезивного ефекту, механізму дії, впливу на метаболізм суглобового хряща. Установлено співвідношення вітчизняних і зарубіжних компаній, що пропонують НПЗП українським споживачам. Визначено, що в Україні зареєстровано 397 ТН НПЗП, які представляють 39 країн-виробників, серед них позицію лідера за обсягом постачання посідають українські (34,0%) та індійські (15,9%) компанії; найбільш поширеними лікарськими формами виявилися таблетки, розчини для ін'єкцій, капсули та гелі.

Проведений аналіз тенденцій споживання НПЗП свідчить про перевищення їх питомої ваги в грошових показниках над аналогічними показниками в натуральних одиницях, що пояснюється загальноринковою тенденцією зростання цін на усі ЛЗ протягом досліджуваного періоду. Так, установлено, що кількість реалізованих упаковок НПЗП протягом 2012-2016 рр. зменшилася на 10,8%. При цьому обсяг роздрібного ринку НПЗП у грошових показниках за підсумками 2016 р. сягнув відмітки 2,2 млрд грн, тобто збільшився у порівнянні з 2012 р. на 118,3%.

4. Проаналізовано цінові параметри НПЗП як складові економічної доступності ліків. Установлено, що за останні роки економічна доступність ЛЗ для населення суттєво знизилася. Так, у 2016 р. у порівнянні з 2012 р. для 96,4% торгових назв НПЗП спостерігалась тенденція збільшення цін в інтервалі від 3,1 до 1177,6%. Розраховані значення коефіцієнта адекватності платоспроможності свідчать, що серед досліджуваних груп НПЗП найбільш доступними виявилися препарати метамізолу натрію, піроксикаму, кислоти ацетилсаліцилової та парацетамолу.

За результатами розрахунку коефіцієнтів цінової еластичності попиту встановлено, що більшість НПЗП характеризується високою ціновою еластичністю, головними причинами якої є широкий асортимент окремих груп НПЗП та велика кількість взаємозамінних ЛЗ на цьому ринку.

5. Проведений інтегрований ABC-XYZ аналіз асортименту НПЗП, представлених на вітчизняному фармацевтичному ринку, дозволив визначити препарати, що характеризуються високою прибутковістю та регулярністю продажів, зокрема *Ревмоксикам*® (супоз.), *Ревмоксикам*® (р-н д/ін.), *Анальгін-Дарниця*, *Кетолонг-Дарниця*®.

6. Розроблено і на прикладі НПЗП опрацьовано методичні підходи до проведення оцінки конкурентних позицій НПЗП на фармацевтичному ринку України. З їх використанням побудовано матрицю конкурентної карти ринку та визначено 16 типів стратегічного розташування досліджуваних препаратів з урахуванням величини їх ринкової частки й темпів приросту.

7. У результаті анкетного опитування населення виявлено основні споживчі переваги при придбанні НПЗП в аптеці. Аналіз споживчих уподобань дозволив установити, що більшість опитаних (57,1%) надають перевагу НПЗП іноземного виробництва, що свідчить про низький рівень довіри споживачів до вітчизняних ліків. Установлено, що найбільш зручною лікарською формою респонденти вважають таблетки (43,9%), найбільш ефективною – розчини для ін'єкцій (30,8%).

8. На підставі результатів кластерного аналізу визначено фактори, що впливають на формування лояльності споживачів до ЛЗ «Кейвер», зокрема ефективність дії ЛЗ, зручність застосування ЛФ, престиж фірми-виробника та відсутність побічних ефектів, удосконалення яких сприятиме посиленню конкурентної позиції ТМ.

9. З метою обґрунтування і формування оптимальної виробничої програми ФП уперше розроблено методику прогнозування ємності сегмента ринку НПЗП із визначенням чинників, що впливають на динаміку обсягів продажів ЛЗ, на основі кореляційного аналізу та множинної регресії, яку опрацьовано на прикладі препаратів групи декскетопрофену.

10. Обґрунтовано соціально-економічну ефективність та інвестиційну доцільність розробки й упровадження у виробництво вітчизняного НПЗП «Кейвер». Визначено показники ефективності інвестицій, зокрема чисту теперішню вартість, термін окупності та індекс прибутковості за інноваційним проектом з розробки та використання нового ЛЗ.

За результатами проведеного фармакоекономічного аналізу методом «мінімізації витрат» доведено, що найбільш доступною й оптимальною альтернативою серед препаратів-аналогів підгрупи декскетопрофену є ЛЗ «Кейвер», таб. в/о 25 мг № 30 (ПАТ «Фармак», Україна).

11. Обґрунтовано науково-практичне використання SWOT-аналізу конкурентних переваг для розробки стратегій посилення конкурентної позиції ТМ «Кейвер» та розроблено алгоритм його проведення.

12. На основі узагальнення результатів проведених досліджень запропоновано модель обґрунтування доцільності виведення на ринок нового препарату групи НПЗП, яка включає дослідження кон'юнктури ринку та конкурентного середовища, SWOT-аналіз, розробку стратегій позиціонування ТМ НПЗП, прогнозування обсягів продажів й оцінку економічної доцільності та інвестиційної привабливості впровадження у промислове виробництво нового препарату.

13. Фрагменти дисертаційної роботи упроваджено у практичну діяльність низки фармацевтичних підприємств та у навчальний процес вищих медичних і фармацевтичних закладів України.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Дослідження сучасних підходів до формування асортиментної політики вітчизняних фармацевтичних підприємств. *Соціальна фармація в охороні здоров'я*. 2016. Т. 2, № 2. С. 37-43. (Особистий внесок – проведено літературний пошук, проаналізовано підходи до формування асортиментної політики виробничих фармацевтичних підприємств, участь в обробці та узагальненні отриманих результатів досліджень, підготовці статті).

2. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Дослідження нормативно-правового регулювання імпортозамінного виробництва лікарських засобів в Україні. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2016. № 1 (45). С. 44-48. (Особистий внесок – проаналізовано вітчизняне чинне законодавство у сфері регулювання виробництва ЛЗ, проведено обробку та інтерпретацію даних, участь у систематизації матеріалу та написанні статті).

3. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Маркетингові дослідження фармацевтичного ринку нестероїдних протизапальних лікарських засобів. *Фармацевтичний часопис*. 2016. № 2 (38). С. 48-53. (Особистий внесок – проведено маркетингові дослідження ринку нестероїдних протизапальних препаратів, визначено тенденції його розвитку, розраховано показники часток ринку країн-виробників НПЗП; участь у систематизації матеріалу, підготовці та оформленні статті).

4. Котвицкая А. А., Костюк В. Г. Оценка ассортимента нестероидных противовоспалительных препаратов на фармацевтическом рынке Украины с помощью интегрированного ABC-XYZ анализа. *Вестник фармації*. 2017. № 2 (76). С. 6-13. (Особистий внесок – здійснено ретроспективний аналіз обсягів продажу нестероїдних протизапальних препаратів, представлених на фармацевтичному ринку України; участь в обробці та узагальненні отриманих результатів досліджень, підготовці статті).

5. Kotvitska A. A., Kostiuk V. G. The estimation of competitive positions of non-steroid anti-inflammatory drugs on pharmaceutical market of Ukraine. *European Pharmaceutical Journal*. 2017. Vol. 64 (1). P. 1-5. (Особистий внесок – запропоновано алгоритм методики проведення оцінки конкурентних позицій нестероїдних протизапальних препаратів на фармацевтичному ринку України, представлено вихідні дані, проведено розрахунки, підготовлено та оформлено статтю).

6. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Дослідження впливу соціально-економічних факторів на динаміку розвитку потенціалу фармацевтичного ринку в умовах конкуренції. *Актуальні питання фармацевтичної і медичної науки та практики*. 2017. № 3 (25). С. 329-334. (Особистий внесок – визначено, проаналізовано та обґрунтовано групу показників, що є складовими формування потенціалу сегмента ринку препаратів декскетопрофену і зумовлюють збільшення частки його потенціалу; участь у систематизації матеріалу та написанні статті).

7. Kotvitska A., Kostiuk V. Scientific substantiation of the product range renewal model for manufacturing pharmaceutical enterprise. *ScienceRise: Pharmaceutical Science*. 2017. № 6 (10) С. 52-55. (Особистий внесок – участь у розробці моделі оновлення товарного асортименту на виробничому фармацевтичному підприємстві, підготовці та оформленні статті).

8. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності нестероїдних протизапальних засобів на фармацевтичному ринку України: метод. рек. К., 2016. 22 с. (Особистий внесок – запропоновано науково-методичні підходи до оцінки конкурентних позицій нестероїдних протизапальних препаратів, проведено маркетингове дослідження сегмента ринку нестероїдних про-

тизапальних препаратів, оформлено матеріал у вигляді методичних рекомендацій).

9. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Організаційно-економічні принципи формування асортиментної політики промислових фармацевтичних підприємств (на прикладі нестероїдних протизапальних препаратів): метод. рек. К., 2017. 22 с. (Особистий внесок – визначено товарні стратегії, що використовуються виробничими підприємствами, сформульовано основні напрямки удосконалення товарної політики вітчизняних фармацевтичних підприємств, здійснено аналіз показників продажу НПЗП, визначено стратегічні групи НПЗП, які характеризуються найбільшим попитом серед населення за допомогою інтегрованого ABC-XYZ-аналізу; участь у підготовці методичних рекомендацій до друку).

10. Kostiuk V. G., Kotvitska A. A., Lobova I. O. Analysis of the assortment of nonsteroidal anti-inflammatory drugs presented at Ukrainian pharmaceutical market. *Topical issues of new drugs development: Abstracts of XXIII International Scientific And Practical Conference Of Young Scientists And Students in 2 vol.*, Kharkiv, April 21, 2016. Kharkiv, Publishing Office NUPh, 2016. Vol. 2. P. 183.

11. Костюк В. Г. Анализ международного опыта нормативно-правового регулирования импортозамещающего производства лекарственных средств. *Медицинская наука: достижения и перспективы*: материалы научно-практической конференции молодых ученых и студентов ТГМУ им. Абуали ибни Сино с международным участием, посвящённой 25-летию государственной независимости Республики Таджикистан, Душанбе, 29 апреля 2016 г. Душанбе, 2016. С. 344.

12. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Формування моделі оцінки конкурентних позицій нестероїдних протизапальних препаратів. *Фармація XXI століття: тенденції та перспективи*: матеріали VIII Нац. з'їзду фармацевтів України у 2 т., Харків, 13-16 вересня 2016 р. Харків, НФаУ, 2016. Т. 2. С. 231.

13. Котвіцька А. А., Костюк В. Г., Лобова І. О. Оцінка асортименту нестероїдних протизапальних препаратів на фармацевтичному ринку України за допомогою XYZ-аналізу. *Науково-технічний прогрес і оптимізація технологічних процесів створення лікарських препаратів*: матеріали VI наук.-практ. конф. з міжнар. участю, Тернопіль, 10-11 листопада 2016 р. Тернопіль, ТДМУ, 2016. С. 219-220.

14. Котвіцька А. А., Костюк В. Г., Лобова І. О. ABC-аналіз обсягів продажів нестероїдних протизапальних препаратів, представлених на фармацевтичному ринку України. *Формування Національної лікарської політики за умов впровадження медичного страхування: питання освіти, теорії та практики*: матер. IV Всеукр. наук.-практ. конф., Харків, 15 березня 2017 р. Харків, Вид-во НФаУ, 2017. С. 196-197.

15. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Розробка матриці формування конкурентної карти ринку нестероїдних протизапальних препаратів. *Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики*: збірник наукових робіт щорічної V міжнародної науково-практичної дистанційної конференції, Харків, 30-31 березня 2017 р. Харків, НФаУ, 2017. С. 371-374.

16. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Аналіз асортиментної політики фармацевтичних підприємств України в сучасних умовах. *Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики*: матер. V міжнарод. наук.-практ. конференції з міжнар. участю, Харків, 20-21 квітня 2017 р. Харків, Вид-во НФаУ, 2017. С. 364-366.

17. Котвіцька А. А., Костюк В. Г. Дослідження тенденцій розвитку фармацевтичного ринку нестероїдних протизапальних препаратів. *Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи*: матер. III міжн. наук.-практ. інтернет-конференції, Харків, 25-28 квітня 2017 р. Харків, Вид-во НФаУ, 2017. С. 139-141.

## АНОТАЦІЯ

**Костюк В. Г. Наукове обґрунтування соціально-економічних принципів управління товарною політикою виробничих фармацевтичних підприємств. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата фармацевтичних наук за спеціальністю 15.00.01 – технологія ліків, організація фармацевтичної справи та судова фармація. – Національний фармацевтичний університет, Харків, 2018.

Уперше на підставі результатів комплексних організаційно-правових, маркетингових та фармакоекономічних досліджень запропоновано соціально-економічні принципи управління товарною політикою виробничих ФП, які передбачають оцінювання та прогнозування кон'юнктури ринку НПЗП, врахування конкурентного потенціалу ЛЗ, їх доведену ефективність і економічну доступність для населення. Запропоновано методичні підходи до проведення оцінки конкурентних позицій НПЗП на фармацевтичному ринку України. З метою обґрунтування і правильного формування виробничої програми ФП розроблено методiku прогнозування ємності сегмента ринку НПЗП із визначенням чинників, що впливають на її розмір, в основу якої покладено економіко-статистичні методи, зокрема кореляційно-регресійний аналіз. Методiku апробовано на прикладі препаратів групи декскетопрофену. За результатами проведених досліджень запропоновано модель обґрунтування доцільності виведення на ринок нового препарату групи НПЗП, яка може бути рекомендована як ефективна система підтримки прийняття фармацевтичною компанією обґрунтованих управлінських рішень у сфері маркетингу, спрямованих на підвищення економічної стійкості підприємства, досягнення ним конкурентної переваги за рахунок формування більш обґрунтованого асортименту ЛЗ та задоволення потреб кінцевих споживачів.

**Ключові слова:** нестероїдні протизапальні препарати, товарна політика, виробниче фармацевтичне підприємство, конкурентоспроможність, ємність фармацевтичного ринку.

## АННОТАЦИЯ

**Костюк В. Г. Научное обоснование социально-экономических принципов управления товарной политикой производственных фармацевтических предприятий. – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата фармацевтических наук по специальности 15.00.01 – технология лекарств, организация фармацевтического дела и судебная фармация. – Национальный фармацевтический университет, Харьков, 2018.

Впервые на основании результатов комплексных организационно-правовых, маркетинговых и фармакоэкономических исследований предложены социально-экономические принципы управления товарной политикой производственных фармацевтических предприятий (ФП), предусматривающие оценку и прогнозирование конъюнктуры рынка нестероидных противовоспалительных препаратов (НПВП), учет конкурентного потенциала лекарственных средств (ЛС), их доказанную эффективность и экономическую доступность для населения. Предложены методические подходы к проведению оценки конкурентных позиций НПВП на фармацевтическом рынке Украины. С целью обоснования и правильного формирования производствен-



ной программы ФП разработана методика прогнозирования емкости сегмента рынка НПВП с определением факторов, влияющих на ее размер, в основание которой положены экономико-статистические методы, в частности корреляционно-регрессионный анализ. Методика апробирована на примере препаратов группы декскетопрофена. По результатам проведенных исследований предложена модель обоснования целесообразности выведения на рынок нового препарата группы НПВП, которая может быть рекомендована в качестве эффективной системы для поддержания принятия фармацевтической компанией обоснованных управленческих решений в области маркетинга, направленных на повышение экономической устойчивости предприятия, достижения им конкурентного преимущества за счет формирования более обоснованного ассортимента ЛС и удовлетворения потребностей конечных потребителей.

**Ключевые слова:** нестероидные противовоспалительные препараты, товарная политика, производственное фармацевтическое предприятие, конкурентоспособность, емкость фармацевтического рынка.

### SUMMARY

**Kostiuk V. G. Scientific substantiation of socio-economic principles of commodity policy management of pharmaceutical enterprises. – Qualifying scientific work on the rights of manuscripts.**

The thesis for a candidate of pharmaceutical science degree in speciality 15.00.01 – Technology of drugs, pharmacy organization and judicial pharmacy. – National University of Pharmacy, Ministry of Health of Ukraine, Kharkiv, 2018.

The dissertation is devoted to the scientific substantiation of the socio-economic principles of the management of the commodity policy of pharmaceutical enterprises (PE) by carrying out complex marketing researches, assessing and forecasting the state of the market for nonsteroidal anti-inflammatory drugs (NSAIDs), taking into account the competitive potential of medicines, their proven effectiveness and economic affordability for the population.

Based on the results of the marketing analysis of the Ukrainian pharmaceutical market, the range of NSAIDs consists of 397 trademarks from 28 pharmacotherapeutic groups. Domestic market of NSAIDs is more fully covered by foreign drugs.

The analysis of trends in consumption of NSAIDs shows that the number of sold packages of NSAIDs during the years 2012-2016 decreased by 10.8%. At the same time, the volume of retail market for NSAIDs in monetary terms by the results of 2016 amounted to 2.2 billion UAH, increasing by 118.3% compared to 2012 the number of sold packages of NSAIDs during the years 2012-2016 decreased by 10.8%. At the same time, the volume of retail market for NSAIDs in monetary terms by the results of 2016 amounted to 2.2 billion UAH, increasing by 118.3% compared to 2012.

The price parameters of NSAIDs are analyzed as components of the economic availability of drugs. Based on the calculated indicators of the adequacy of solvency of NSAIDs, it was determined that the most accessible among the studied groups of drugs were metamizole sodium, piroxicam, paracetamol and acetylsalicylic acid, the coefficient of adequacy of solvency of which in 2016 was, respectively, 0.21; 0.28; 0.34 and 0.37.

Conducted integrated ABC-XYZ analysis of NSAIDs range presented in the domestic pharmaceutical market, allowed us to determine drugs that are characterized by high profitability and regularity of sales, in particular *Reumoxicam*® (suppositories), *Reumoxicam*® (solution for injection), *Analgin-Darnitsa*, *Ketolong-Darnitsa*®.

The methodical approaches to conducting an assessment of the competitive positions of NSAIDs on the pharmaceutical market of Ukraine have been developed and analyzed on the example of NSAIDs. With their use, the matrix of the competitive market map was constructed and 16 types of strategic location of investigated drugs were determined taking into account the size of their market share and growth rates. Analysis of the place, which occupy trade name (TN) in a NSAID matrix showed that 1 TN-leader has a competitive position that is better, 3 TN-leaders have competitive position characterized by a deteriorating; among 33 TN NSAIDs that have strong positions in the market, 11 drugs have growing competitive positions, while the competitive positions of other 22 drugs are characterized by deterioration; in the group of drug with a weak competitive position 8 TN, for the study period, improved their competitive positions, and 3 TN had a slow growth; 1 TN-outsider of the market is characterized by a competitive position, which is rapidly improving; for 21 TN-outsiders the growth of market share is observed; 51 TN-outsiders characterized by competitive position have a deteriorating tendency, and 15 TN-outsiders have competitive position, which is rapidly deteriorating.

As a result of the questionnaire survey of the population, the main consumer benefits of acquiring NSAIDs in the pharmacy shop were identified. It was found that the most convenient form of medicine respondents considered pills (43.9%), the most effective (30.8%) - solutions for injections.

Based on the results of the cluster analysis, were identified factors influencing the formation of consumer loyalty to the "Keiver", in particular, the effectiveness of drug, the convenience of using the dosage form, the prestige of the manufacturer and the absence of side effects.

For the purpose of substantiation and correct formation of the production program for PE, for the first time, a method for forecasting the capacity of the segment of the NSAID market with the definition of factors influencing its size, based on the correlation analysis and multiple regression, was worked out on the example of the preparations of the group of dexketoprofen.

The results of the pharmaco-economic analysis by minimizing costs proved that the most affordable and best alternative among drug-analogues of dexketoprofen subgroup is "Keiver" tab. 25 mg № 30 of PJSC "Farmak" (Ukraine).

The scientific and practical use of SWOT-analysis of competitive advantages for the development of strategies for strengthening the competitive position of TM "Keiver" is substantiated and the algorithm of its implementation is developed.

On the basis of summarizing the results of the research, the model of justification of expediency of launch the new NSAID to the market that can be recommended as an effective support system for making a grounded decision in marketing for pharmaceutical company, which will reduce costs and significantly improve the efficiency of its operations.

**Key words:** non-steroidal anti-inflammatory drugs, commodity policy, industrial pharmaceutical enterprise, competitiveness, capacity of the pharmaceutical market.

## **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

ВООЗ – Всесвітня організація охорони здоров'я

ЛЗ – лікарський засіб

НПЗП – нестероїдні протизапальні препарати

ОЗ – охорона здоров'я

ПАТ – публічне акціонерне товариство

ТМ – торгова марка

ТН – торгова назва

ФП – фармацевтичне підприємство

Підписано до друку 30.03.2018. Формат 60x84/16.

Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman. Друк цифровий.

Ум. друк. арк. 0,9. Наклад 100 пр. Зам. № б/н.

Надруковано СПД ФО Степанов В. В., м. Харків, вул. Ак. Павлова, 311

