

РОЗДІЛ 1. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ

УДК 615.1:378.091:339.138:005

БРИФ АНАЛІЗ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ КАФЕДРИ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ПЕРІОД З 2016 ПО 2020 РОКИ

Малий В.В., Пестун І.В., Слободянюк М.М., Євтушенко О.М., Рогуля О.Ю.,
Дорохова Л.П., Софронова І.В., Тіманюк І.В.

Національний фармацевтичний університет, Україна

fmm@nuph.edu.ua

Анотація

В статті представлені напрямки науково-дослідної діяльності кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу на протязі останніх п'яти років. Наведено основні теоретико-прикладні та практично орієнтовані результати в рамках виконання захищених дисертаційних робіт. Надано характеристику перспективних досліджень, серед яких комплексі дослідження з розробки і маркетингового обґрунтування впровадження лікарських засобів на фармацевтичний ринок України з урахуванням соціальних і економічних показників, вивчення фармацевтичного ринку праці, маркетингові дослідження і розробки раціонального використання лікарських засобів, маркетингові дослідження ринків окремих груп лікарських засобів, теоретичні розробки з менеджменту та маркетингу у фармації тощо.

Ключові слова: фармація, наукова діяльність, фармацевтичний менеджмент, фармацевтичний маркетинг

Вступ. Широта напрямків наукових досліджень, що проводилися кафедрою, зумовлена змінами в оточуючому середовищі фармацевтичних організацій, зокрема, розвитком і появою нових комп'ютерних можливостей, діджитал технологіям, бурхливому розвитку і впливу соціальних мереж, розвитку штучного інтелекту, необхідності адаптації нових умов і знань до реалій практичного застосування.

Метою даної роботи є узагальнення напрямків наукових досліджень, які проводилися кафедрою за останні п'ять років.

В цілому за вказаний період кафедрою опубліковано близько 300 наукових праць, зокрема більше 250 наукових статей, серед яких 14 цитуються в міжнародній базі Scopus, 2 – Web of Science, видано 20 науково-методичних рекомендацій, 2 інформаційних листи, зареєстровано 17 нововведень, отримано 15 свідоцтва про авторське право на твір.

Науково-практичні розробки з розвитку фармацевтичного ринку на основі теорії менеджменту та маркетингу проводяться, але не обмежуються, такими напрямками:

- теоретичні та науково-прикладні засади маркетингового управління в системі лікарського забезпечення населення;
- методологія проведення маркетингових досліджень у фармації, управління фармацевтичною маркетинговою інформацією;
- управління ризиками на фармацевтичному ринку;
- науково-методичне обґрунтування стейкхолдерської моделі відносин у фармації;
- обґрунтування індивідуальних підходів до лікування з використанням фармакогенетичних тестів в Україні;
- методологія формування потенціалу фармацевтичного ринку на прикладі окремих фармакотерапевтичних груп;
- науково-практичне обґрунтування та практична адаптація управління раціональним використанням лікарських засобів;
- оптимізація лікарського забезпечення окремих контингентів хворих на основі маркетингових та фармакоекономічних досліджень;
- науково-методичне обґрунтування маркетингової доступності лікарських засоби;
- науково-методичне обґрунтування соціально орієнтованої асортиментної політики виробничих фармацевтичних підприємств;
- оптимізація виробничо-комерційної діяльності фармацевтичних підприємств на засадах маркетингового та логістичного управління;
- дослідження комплексу маркетингових комунікацій у фармації, удосконалення систем просування лікарських засобів фармацевтичними підприємствами;
- вивчення та моделювання поведінки споживачів лікарських засобів як елементу маркетингу взаємовідносин;
- удосконалення маркетингових складових конкурентоспроможності фармацевтичного підприємства;
- дослідження в області брендування лікарських засоби;
- науково-практичне обґрунтування оцінки лояльності споживачів до аптечного закладу та лікарських засоби.

Методи і матеріали. Логіка представленого матеріалу полягає в висвітленні основних наукових напрямків кафедри і практичних розробок, які захищено у дисертаційних роботах, а також, результатів основних наукових

досліджень, опублікованих у фахових виданнях України і закордонних джерелах. Використано метод контент аналізу.

Результати досліджень. В останні п'ять років на кафедрі захищена одна докторська дисертація та 3 кандидатські, проводяться дослідження в нових перспективних напрямках.

У 2019 році захищена робота на здобуття наукового ступеня доктора фармацевтичних наук Ольховської А.Б. (науковий консультант проф. Малий В.В.) на тему: «Теоретичні та науково-прикладні засади удосконалення маркетингових комунікацій у системі просування лікарських засобів в Україні». Дисертаційна робота присвячена розробці та обґрунтуванню теоретичних, методичних, науково-прикладних концептуальних засад удосконалення маркетингових комунікацій на соціально орієнтованих принципах у системі просування ЛЗ, їх адаптація до вимог ЄС в умовах розвитку глобалізаційних та інтеграційних процесів, інноваційно-інформаційних тенденцій у суспільстві, що сприятиме підвищенню якості лікарської та фармацевтичної допомоги, ефективному забезпеченню доступності та раціонального застосування ліків для населення України [1].

У 2016 році захищена робота Осама Абузаїд Мохамед Нур Ахмед (науковий керівник проф. Євтушенко О.М.) здобуття наукового ступеня кандидата фармацевтичних наук на тему «Науково-практичне обґрунтування підходів до вдосконалення системи фармацевтичного забезпечення населення Судану». В роботі вперше розроблено та запропоновано науково-практичні підходи до оптимізації системи фармацевтичного забезпечення населення Судану в умовах обмеженого державного бюджету відповідно до Національної лікарської політики. Здійснено комплекс досліджень щодо моніторингу та аналізу макроекономічних показників розвитку охорони здоров'я в країнах Африканського континенту, а також аналізу динаміки внутрішніх і зовнішніх показників розвитку фармацевтичного сектора Судану. Запропоновано науково-методичні підходи до визначення рівня фізичної та економічної доступності лікарських засобів відповідно до міжнародних рекомендацій. Проведено типологічне угруповання регіонів Судану за показниками захворюваності та смертності відповідно до міжнародної класифікації хвороб (МКЗ-10). Обґрунтовано математичну модель оцінки ступеня взаємного впливу соціально-економічних чинників, що характеризують систему охорони здоров'я, зокрема лікарського забезпечення регіону. За допомогою отриманої моделі можлива оцінка рівня доступності фармацевтичної допомоги населенню окремої територіальної одиниці, порівняння показників доступності фармацевтичного забезпечення різних територій один з одним, моделювання потенційних впливів, розробка на основі проведеного аналізу організаційних заходів щодо підвищення

доступності фармацевтичної допомоги. Науково обґрунтовано шляхи до оптимізації системи лікарського забезпечення Судану, визначено напрямки організаційних змін, що дозволять істотно поліпшити систему закупівлі та розподілу ЛЗ, контролювати ці процеси, зробити їх прозорими, підвищити фізичну й економічну доступність ЛЗ, поліпшити стан здоров'я і якості життя нації, досягти значної економії державних коштів. У сукупності одержані результати створюють науково-методичне підґрунтя для удосконалення системи фармацевтичного забезпечення населення Судану [2].

Дві кандидатські дисертації захищено у 2019 році. В дисертаційній роботі Ткаченко І.В. «Обґрунтування науково-практичних підходів до управління системою маркетингу взаємовідносин суб'єктів фармацевтичної діяльності» обґрунтовано систему маркетингу відносин у фармації, розроблено модель складових маркетингу відносин суб'єктів фармацевтичної діяльності, визначено їх основні завдання, що сприяє комплексному застосуванню цієї маркетингової концепції у фармацевтичній галузі. Уперше з метою формування нематеріального активу, як чинника додаткової складової конкурентоспроможності, побудовано концептуальну модель маркетингової ділової мережі (МДМ) взаємовідносин фармацевтичного підприємства із ключовими партнерами з використанням соціально-ринкового підходу й урахуванням багаторівневої структури чинників впливу на взаємовідносини учасників мережі. Розроблено науково-практичні підходи до комплексної оцінки лояльності клієнтів аптечного закладу на основі концепції Servqual. Розроблено методику й алгоритм оцінки якості обслуговування й лояльності клієнтів аптечного закладу та шкалу для інтерпретації якості обслуговування. Запропоновано науково-практичні підходи до оцінки лояльності клієнтів аптечного закладу за компонентами лояльності. Розроблено методику й алгоритм оцінки лояльності клієнтів до аптечного закладу за компонентами лояльності. Доведено можливість і доцільність використання сукупності методів оцінки лояльності клієнтів, які дозволяють отримати зіставні результати і визначити її діапазон [3].

Дисертаційна робота Муса Істаніс Марвек Медхат (науковий керівник проф. Малий В.В.) на тему «Науково-практичні підходи до формування ринкового потенціалу гепатотропних лікарських препаратів» присвячена обґрунтуванню і опрацюванню наукового підходу до формування ринкового потенціалу гепатотропного лікарського засобу, який збалансовує інтереси фармацевтичних виробників і споживачів і передбачає координацію товарно-інноваційної і комунікативної діяльності виробничого фармацевтичного підприємства та застосування сучасного інструментарію маркетингу. Удосконалені науково-методичні підходи до ефективного використання

маркетингових інструментів щодо формування ринкового потенціалу гепатотропних лікарських засобів, для аналізу стратегій позиціонування гепатопротекторів запропонована й опрацьована методологія контент-аналізу інформаційних повідомлень у спеціалізованих фармацевтичних виданнях. Опрацьовані маркетингові підходи, інструменти і рішення з формування і посилення ринкового потенціалу гепатотропного лікарського засобу на вітчизняному фармацевтичному ринку. На основі проведених досліджень запропонований і опрацьований алгоритм формування і посилення ринкового потенціалу гепатотропного лікарського засобу, який може бути рекомендований як ефективна система підтримки обґрунтованих маркетингових рішень вітчизняних фармацевтичних підприємств [4].

Важливим напрямком наукових досліджень кафедри є докторська дисертаційна робота доцента кафедри організації та економіки фармації і технології ліків Івано-Франківського національного медичного університету Самборського О.С. на тему «Теоретичні та науково-практичні засади товарної політики фармацевтичних підприємств». Науковим консультантом є доктор фармацевтичних наук, професор Слободянюк М.М.

Тематика напрямку наукового дослідження має кілька складових, які направлені на науково методичне розв'язання проблеми з забезпечення новими більш ефективними ліками населення і заклади охорони здоров'я. Можна виділити такі ключові напрямки досліджень: аналіз динаміки витрат на охорону здоров'я ВВП країн та готівкових витрат сімей на медичне і фармацевтичне забезпечення в Україні, країнах СНД та ЄС; методологічний підхід до комплексного застосування маркетингового і економічного підходів при визначенні ціни лікарського засобу; теоретико-прикладні підходи до удосконалення галузевого регулювання процесу формування соціально орієнтованого асортименту ліків на вітчизняному фармацевтичному ринку; теоретичні основи і обґрунтування комплексного аналізу та моделювання доцільності й ефективності розробок нових лікарських засобів; питання ризику та управління процесами невизначеності у фармацевтичній сфері; стратегічні та тактичні засади визначення ефективності та інвестиційної привабливості розробок нових лікарських препаратів; формування нових підходів до активізації просування лікарських засобів у сучасних умовах; методологічні підходи до визначення ринкових позицій лікарських засобів; організаційно-економічне та маркетингове дослідження діяльності аптеки із екстемпоральним виготовленням ліків; визначення вартості інвестиційного проекту з розробки генеричного лікарського засобу на основі змістового підходу; обґрунтування підходу до визначення потенційної ємкості ринку лікарських засобів специфічної дії; маркетингові підходи до удосконалення управління інноваційним продуктивним

портфелем фармацевтичного підприємства; організація фармацевтичного туризму як сучасного напрямку підвищення рівня фізичної і соціально-економічної доступності ліків [5-10].

Також окремим напрямком наукових досліджень кафедри ми виділяємо дослідження раціонального використання лікарських засобів. Низка наукових публікацій присвячена історії питання, визначенню термінології, класифікації складових процесу раціонального використання ліків (соціальної, інформаційної, маркетингової, освітньої, компетентісної, фармакотерапевтичної, фармакоекономічної, організаційно-управлінської) [11]; досліджений рівень обізнаності українських провізорів і фармацевтів в питаннях сприяння раціональному використанню лікарських засобів і готовності до участі в цих процесах за результатами проведеного анкетування [12]; проаналізовані державні заходи у сприянні раціональному використанню ліків в Україні [13]; досліджено інформаційне забезпечення українських фармацевтичних працівників, необхідне для сприяння раціональному використанню лікарських засобів за нормативною базою з обігу лікарських засобів [14].

Протягом 2018-2019 рр. співробітники кафедри брали участь у маркетинговому дослідженні особливостей українського фармацевтичного ринку праці під керівництвом науково-методичної лабораторії з питань фармацевтичної освіти МОЗ України. Проводився аналіз потреби у фармацевтичних кадрах по Україні на основі аналізу вторинної маркетингової інформації за даними Харківського обласного центру зайнятості, який показав нестачу та надлишок фармацевтичних кадрів за областями, наведено структуру вакансій для фахівців з фармацевтичною освітою на ринку праці України. Проведений моніторинг та аналіз веб-сайтів з пошуку роботи та підбору персоналу у сфері фармації. Опитування роботодавців вітчизняного фармацевтичного ринку дозволило встановити найбільш затребувані спеціальності на ринку праці та переважні для роботодавців особистісні характеристики випускників ЗВО та їх фахові компетентності. Також проведено опитування здобувачів вищої освіти Національного фармацевтичного університету щодо бажаних посад для здобувачів (це є посада медичного (фармацевтичного) представника, регіонального менеджера, продакт-менеджера (бренд-менеджера) фармацевтичної організації); найвагоміших джерел інформації про компанію-роботодавця; основних проблем, з якими стикаються здобувачі вищої освіти при пошуку роботи; потреби адаптації на початку професійної діяльності.

В той же час кафедрою проводяться дослідження даного напрямку, зокрема : теоретичне обґрунтування кадрового маркетингу і його практична реалізація у фармації. Проведено узагальнення теоретико-методологічних

аспектів концепції кадрового маркетингу, визначено основні підходи до її трактування. Запропоновано у сфері управління трудовими ресурсами підприємств фармацевтичного профілю використовувати термін «кадровий маркетинг у фармації», наведено його формулювання та визначення основних принципів, завдань і функцій. Виділені фактори, які впливають на розвиток концепції кадрового маркетингу фармацевтичних організацій. Показано роль і значення кадрового маркетингу у регулюванні відносин між суб'єктами ринку праці у сфері фармації[15]. Разом з тим проаналізовано сучасні тенденції на вітчизняному фармацевтичному ринку праці. Досліджено структуру посад фахівців фармації відповідно до кадрових пропозицій роботодавців на провідних інтернет-ресурсах із працевлаштування. Розраховані HeadHunter-індекси відношення пропозицій до попиту на фармацевтичному ринку праці по обласних центрах України й за окремими вакантними позиціями. На основі отриманих результатів встановлено посади працівників фармацевтичних і аптечних підприємств, в яких сьогодні існує потреба. Складено рейтинг найбільш затребуваних і дефіцитних посад на фармацевтичному ринку праці. Виділено ключові фактори, що впливають на формування ринку праці у секторі фармації [16]. Також співробітники кафедри брали участь у обґрунтуванні впровадження системи моніторингу працевлаштування фахівців фармації, в рамках якого були визначені актуальні завдання, вирішення яких сприятиме ефективному впровадженню системи моніторингу працевлаштування майбутніх фахівців фармації. Встановлені чинники, які впливають на ефективність працевлаштування випускників і пов'язані з підготовкою та очікуваннями здобувачів вищої освіти щодо перспективності працевлаштування, з відповідністю освітніх програм вимогам роботодавців та реальним потребам ринку праці тощо. Узагальнені індикатори оцінки результативності працевлаштування випускників ЗВО та визначені кількісні та якісні показники, які рекомендується застосовувати для оцінки результативності працевлаштування випускників НФаУ [17].

В рамках виконання дисертаційних досліджень, магістерських і дипломних робіт науковцями кафедри проводяться маркетингові дослідження ринків окремих фармакотерапевтичних груп, або груп лікарських засобів, які можуть використовуватися в лікуванні окремих хвороб. Так проведено маркетингове обґрунтування впровадження нового рослинного лікарського препарату протизапальної дії для лікування гострих та хронічних захворювань кишечника [18]; нового вітчизняного препарату для місцевого застосування в дерматології [19]; дослідження сучасних напрямків розробки офтальмологічних лікарських засобів [20]; дослідження асортименту окремих груп препаратів, присутніх на ринку України [21]; дослідження асортименту препаратів для

лікування цукрового діабету II типу на фармацевтичному ринку України [22]; аналіз асортименту ноотропних лікарських засобів в Україні [23]; аналіз ринку серцево-судинних препаратів [24]; дослідження ринку антигістамінних лікарських засобів для систематичного вживання [25]; дослідження ринку препаратів для лікування доброякісних захворювань передміхурової залози [26].

Маркетингова діяльність базується на знаннях поведінки споживачів і визначення прихильності (лояльності) споживачів до певних виробників, товарів, місць купівлі тощо. Тому низка наукових досліджень проводяться в цьому напрямку. Проведено аналіз і моделювання вибору аптек покупцями, зокрема, прихильності різних сегментів потенційних покупців до певного аптечного закладу, що передбачає попереднє сегментування покупців аптек, виділення типів відвідувачів і аналіз особливості їх вимог з одного боку, та рівня і параметрів сервісів, що надають певні аптеки, з іншого. Визначено потенційну прихильність різних сегментів покупців до аптечних закладів, яку розраховано на основі суміщення вимог різних груп споживачів до рівня складових обслуговування та можливостей надання бажаного рівня сервісу кожною з розглянутих аптек [27]. Розглянуто фактори впливу та особливості поведінки споживачів лікарських засобів у аптечному закладі, досліджуються їх уподобання до назальних препаратів. Проведено аналіз моделей поведінки споживачів назальних засобів та здійснено їх сегментацію за поведінковими ознаками. Проведено моделювання поведінки споживачів в залежності від джерела консультації при ухваленні рішення про вибір безрецептурного препарату [28]. Розглянуто умови обслуговування покупців в аптеці як місці надання сервісу споживачам фармацевтичної продукції. Визначено елементи середовища обслуговування клієнтів і отримані оцінки для аптек Харкова. Запропоновано багатокритерійну модель для розрахунку інтегральної оцінки середовища обслуговування в аптеці, розроблена відповідна комп'ютерна програма. Проведено обчислення узагальнених оцінок для розглянутих аптек. Запропоновано рекомендації щодо поліпшення середовища обслуговування покупців в аптеці [29]. Проведено опитування клієнтів та співробітників однієї з аптек м. Харкова, за результатами якого вивчені споживчі переваги покупців та проаналізовані основні фактори формування клієнтської лояльності. Здійснено порівняльний аналіз оцінок якості послуг, що надаються об'єктом дослідження, отриманих за результатами опитування як клієнтів, так і співробітників аптеки. Виявлено дії працівників аптеки, які потребують подальшого вдосконалення для підвищення рівня обслуговування та утримання клієнтів [30].

Теоретичне і практичне значення мають дослідження методології маркетингової діяльності і інструментів маркетингу, які використовуються виробничими і посередницькими фармацевтичними організаціями. Проведено

систематизацію та надано характеристику впливу законодавчих і нормативно-правових актів на основні елементи комплексу маркетингу в діяльності оптово-роздрібних фармацевтичних організацій, показаний взаємозв'язок законодавчої та нормативно-правової бази з фармацевтичним маркетингом диференційовано до його основних елементів [31]. Наведено аналіз взаємозалежності між елементами сучасного комплексу маркетингу, його соціально-етичні складові та показники бізнесу аптек. Проаналізований вплив маркетингового комплексу на формування аптечного бренду, імідж, забезпечення фізичної та економічної доступності лікарських засобів, якість фармакотерапії захворювань пацієнтів, управління шляхом самолікування, формування лояльності споживачів тощо. Показано залежність показників бізнесу аптек (обсяг та стабільність валового доходу та прибутку, оптимізація прибутковості, збільшення продажу товарних запасів, збільшення додаткових продажів товарів, середня сума чека, збільшення заробітної плати працівників, ефективне використання ресурсів та ін.) і соціальних та етичних складових маркетингового комплексу [32].

Маркетингові дослідження є основою формування інформаційної політики підприємства і удосконалення системи менеджменту на засадах прийняття обґрунтованих управлінських рішень на базі сучасної інформації. Оскільки інформація має ціну, її вважають послугою або товаром. Життєвий цикл сучасної фармацевтичної інформації характеризується коротко терміновістю, а сама інформація є кошовною, такою, що складно збирається і інтерпретується. Учасники ринку маркетингових досліджень відмічають тенденції в збільшенні кількості помилок, що призводить до переосмислення методик маркетингових досліджень, спрямованих на персоналізацію і конкретизацію окремих досліджень, впровадження сучасних інформаційних продуктів, програм, інформаційних систем. В рамках досліджень сучасних підходів і інструментів маркетингових досліджень, тенденцій розвитку, проблем проведення і сучасних можливостей проведено аналіз світового ринку маркетингових досліджень і стану комерційних маркетингових досліджень фармацевтичного ринку України [33]. Управління фармацевтичною інформацією як елемент маркетингової діяльності сьогодні набуває особливої актуальності у зв'язку із накопиченням великих її обсягів і необхідністю кваліфіковано вибирати і зберігати. Проведені дослідження життєвого циклу сучасної інформації. Узагальнено аргументи та контраргументи в рамках наукової дискусії щодо старіння інформації на прикладі фармацевтичної промисловості. Основна мета дослідження - проаналізувати рівень застарілості певних видів фармацевтичної інформації та визначити тривалість етапів її життєвого циклу. Актуальність вирішення цієї наукової проблеми полягає в тому, що процеси роботи з інформацією, її пошук, обробка, оновлення, використання та зберігання вимагають значних трудових та

матеріальних ресурсів, отже, визначення ступеня важливості фармацевтичної інформації та сприяння рішення про необхідність актуалізації або подальшого зберігання тієї чи іншої інформації є одним із напрямків наукових досліджень. Вивчення проблеми старіння інформації у статті проводиться в такій логічній послідовності: фармацевтична інформація структурована відповідно до ступеня старіння, розглядається життєвий цикл апаратного забезпечення, яке бере участь у роботі з інформацією; аналізується рівень електронних джерел фармацевтичної інформації, аналізується ступінь оновлення та частота появи нової інформації про появу ліків та частота змін до ряду основних нормативних актів, що використовуються для регулювання фармацевтичної галузі [34].

Сучасне інформаційне поле, враховуючи кількість потоків інформації та її джерел, зумовлює необхідність оцінювання і поєднання фахівцями фармацевтичного ринку наявних ресурсів за змістовим наповненням, рівнем достовірності, актуальності та своєчасності надання інформації, її повноти, достатності тощо. Проведено систематизацію і категоризацію інформаційних Інтернет-джерел в Україні як прикладного маркетингового інструменту для збільшення ефективності діяльності і підвищення якісної складової фармацевтичної допомоги населенню. Проаналізована статистика відвідувань основних інтернет-ресурсів фармацевтичного спрямування [35].

З метою вивчення основних принципів та особливостей надання фармацевтичної інформації клієнтам аптека, а також аналізу ефективності інформаційної роботи спеціалістів аптечних мереж проведено опитування співробітників та клієнтів аптек однієї з аптечних мереж м. Харкова, проаналізована ефективність основних інформаційних потоків у системі фармацевтичного забезпечення населення. Виявлені розбіжності між спеціалістами та клієнтами аптеки в оцінці якості надання фармацевтичної інформації та обслуговування, основна пов'язана з інформаційними потребами клієнтів та окремими діями спеціалістів у процесі реалізації товарів аптечного асортименту [36].

Серед досліджень розвитку теорії маркетингу слід виділити аналіз сучасних маркетингових практик, відповідно – транзакційний, маркетинг баз даних, електронний, маркетинг відносин, мережевий маркетинг за методологією, представленою в міжнародному проекті *Contemporary Marketing Practices*, проведений за критеріями: спрямування маркетингової діяльності, маркетингове планування, мета діяльності, робота з ключовими клієнтами, взаємини зі споживачами, управлінські інвестиції, маркетингові дії, маркетингові комунікації, контакти менеджерів організації з ключовими споживачами [37]. В рамках досліджень сучасного маркетингового менеджменту виділені забезпечення економічної безпеки та конкурентної стійкості, досягнення цілей у

сфері маркетингової взаємодії, формування або підтримка програми лояльності клієнтів, запровадження інноваційно-інформаційних технологій тощо. Для досягнення поставлених цілей використовуються новітні інструменти маркетингового менеджменту: застосування методу маркетинг-Big Data, запровадження моделі G2B, визначення нових компетенцій персоналу, використання принципів market intelligence, категорійного менеджменту, функціонування CRM-систем, запровадження моделей P2P, B2B, B2C, персоналізація сервісу у сегменті B2B, застосування Інтернет-маркетингу, впровадження математичних моделей тощо [38].

Розвиток цифрових технологій зумовлює проведення досліджень з можливостей впровадження і адаптації їх до реалій фармацевтичного ринку. Так проведено дослідження з аналізу використання певних рівнів інформаційних мереж в аптеках України як першого етапу процесів інтеграції інформаційних мереж деяких фармацевтичних організацій та можливостей формування цифрової фармації. Наведено результати аналізу використання сучасних інформаційних пошукових та прикладних технологій та їх можливості для фармацевтичних організацій. Встановлено, що всі сучасні оболонки та програми повинні бути адаптовані до особливостей використання на фармацевтичному підприємстві з урахуванням його особливостей. Наведено значення поняття "мережеве суспільство" та терміни Інтранет, Екстранет та Інтернет, оцінено ступінь їх використання у фармації. Виявлено, що в аптечних мережах України, крім загальних касових модулів та автоматизованих робочих місць, власники впроваджують сучасне програмне забезпечення, яке дозволяє як автоматизувати більшість операцій в аптеці, так і встановлює двосторонній контакт з кінцевим споживачем, створюючи його лояльність [39].

Окремо слід виділити дослідження в сфері менеджменту фармацевтичних організацій. Проведено комплексне дослідження, аналітичне опрацювання й систематизація особливостей та тенденцій ефективності управління аптеками (мережами) в Україні за якісними критеріями, визначено особливості, можливості посилення якісних показників ефективності управління аптеками (мережами), існуючі загрози (ризики) їх досягнення, що дозволило виокремити актуальні проблеми та напрямки вирішення в управлінні аптеками та їх мережами. До основних груп якісних критеріїв ефективності управління аптеками (мережами) віднесені: забезпечення процесу управління аптекою (мережею); прийняття управлінських рішень; робота з клієнтами; соціальна ефективність управління; особистість керівника; робота з персоналом. За результатами роботи виділені окремі відмінності в забезпеченні ефективного управління аптек та їх об'єднань (мереж). Показано, що для якісних показників ефективного управління аптеками (мережами) характерна залежність їх від

соціально-економічних процесів у суспільстві, законодавчих змін, стану та змін охорони здоров'я, впровадження державних соціальних програм, інформатизації ринку та аптек, ставлення споживачів до лікування та їх платоспроможності тощо [40].

Продовжується напрямок наукових досліджень і розробок кафедри з управління ризиками в системі виробництва і постачання лікарських засобів. Були проведені дослідження з питань виникнення загроз у системі забезпечення населення України лікарськими засобами. Так, здійснені комплексні дослідження та розробка методів ефективного управління ризиками саме у фармацевтичному секторі охорони здоров'я, а саме: узагальнено теоретичні основи ризикології, розроблено та запропоновано науково-методичні засади управління галузевими ризиками на етапах реалізації та споживання лікарських засобів, систематизовано ризики у фармації з виділенням їх специфіки, досліджено джерела виникнення ризиків, обґрунтовано концептуальні підходи до оцінки збитків від їх реалізації та підвищення ефективності управління в умовах невизначеності, проведено типологічне групування загроз на етапах товаророзподілу фармацевтичної продукції, визначено їх причини та наслідки, а також взаємозв'язок загроз та їх можливі перетворення. Зокрема, розроблено методичні підходи до визначення, оцінки, моделювання та прогнозування загрозливих ситуацій в збутовій, ціновій, товарній, комунікативній політиці, системі фармацевтичної опіки [41,42].

Робота студентського наукового товариства кафедри є також вагомим складовою її науково-дослідної діяльності. Щорічно в СНТ кафедри працює понад 80 здобувачів вищої освіти, виконується в середньому біля 100 дипломних та магістерських робіт за спеціальностями «Фармація» та «Маркетинг». За остання п'ять років захищено біля 540 дипломних та магістерських робіт, результати яких широко опрацьовані на наукових конференціях.

Серед основних напрямків дослідницьких робіт здобувачів вищої освіти: вдосконалення роботи керівників фармацевтичних організацій, методів та соціально-психологічних аспектів управління, управління трудовими ресурсами і розвитку персоналу, стратегічне планування діяльності фармацевтичного підприємства, управління маркетингом, контроль та ефективність маркетингової діяльності підприємств, маркетингові дослідження ринку лікарських препаратів різних фармакотерапевтичних груп, дослідження товарної, асортиментної, цінової політики фармацевтичних та аптечних підприємств, ефективність системи збуту та каналів товароруку фармацевтичної продукції, реклама лікарських засобів та оцінка її ефективності, управління ризиками в фармацевтичній діяльності. Останні роки здобувачі вищої освіти у своїх дослідженнях висвітлюють нові проблеми, що відображують сучасні тенденції

розвитку ринку. Серед нових наукових напрямків можна виділити такі: формування CRM-систем, впровадження індикаторів ВООЗ, розвиток інтернет-технологій в менеджменті та маркетинговій діяльності фармацевтичних підприємств, проблеми лояльності клієнтів фармацевтичних організацій, дослідження стратегій брендингу у фармацевтичній галузі, управління інтелектуальною власністю фармацевтичних підприємств, впровадження ключових показників ефективності (Key Performance Indicators), використання штучного інтелекту в управлінні та маркетингової діяльності фармацевтичних підприємств, управління онлайн-комунікаціями для виявлення та задоволення потреб споживачів фармацевтичної продукції.

Студенти СНТ беруть активну участь в конкурсах, конференціях, семінарах різного рівня, які є своєрідним підсумком їх наукової роботи у СНТ. За останні п'ять років кількість наукових публікацій за тематикою кафедри за участю студентів, аспірантів, молодих вчених більше 400.

Щорічно члени СНТ кафедри беруть участь у конференції студентів та молодих вчених НФаУ «Актуальні питання створення нових лікарських засобів». За останні п'ять років з доповідями на секційному засіданні конференції виступили 46 учасників.

Здобувачі вищої освіти – члени СНТ кафедри щорічно приймають участь та займають призові місця на Всеукраїнському та регіональному конкурсах студентських робіт. Так, у Всеукраїнському конкурсі приймали участь 9 здобувачів, які тричі виходили в другий тур, у регіональному конкурсі в різні роки брали участь 6 студентів, з них 1 отримав призове місце.

Здобувачі вищої освіти спеціальності «Маркетинг» брали участь у конкурсі студентських проектів «Харків – місто молодіжних ініціатив», у грантовій програмі Scholarship, конкурсі «Розвиток споживчого кредитування в Україні в розрізі банків та мікрофінансових організацій», була представлена та стала фіналістом конкурсна робота на тему «Удосконалення інтегрованих маркетингових комунікацій компанії «SPECAGRA» на Міжнародному студентському конкурсі маркетингових PR проектів та стартапів «Золотий компас».

Також кафедра впродовж п'яти років активно приймає участь у різних соціальних проектах. Викладачі кафедри брали участь у проекті «Школа сучасного чиновника», яка була створена для навчання чиновників міської ради Харкова. Викладачами було розроблено окремий навчальний модуль «Особиста ефективність, тайм менеджмент та лідерство» з 8-ми занять по 3-години. Основною метою модуля було відпрацювання принципів і алгоритмів тайм-менеджменту, постановки цілей, які учасники надалі будуть використовувати у своїй щоденній роботі з метою ефективного розподілу часових ресурсів. Метою

блоку також було систематизація комплексних знань, практичних умінь і навичок, в особистій ефективності, лідерство з залученням інтерактивних методик навчання.

Інший приклад соціальної активності кафедри – це участь у створенні і проведенні проекту «Соціальне підприємництво». Для проекту було розроблено і прочитано протягом 3 місяців ряд тем: основи організації підприємницької діяльності; специфіка соціального підприємництва; бізнес-ідея в соціальній сфері; аналіз і оцінка ринку України; бізнес-модель соціального підприємництва; економічна модель проекту: ресурси, кошторис і бюджет; залучення інвестицій та фінансування проекту, фандрайзинг; аналіз та оцінка ризиків, карта ризиків соціального бізнес-проекту; методи розрахунку ефективності проекту; складання бізнес-плану і презентація проекту.

Розвиток наукових напрямків підтримується регулярними зустрічами, семінарами, круглими столами, що дає можливість обмінюватись думками та досвідом. Викладацький склад кафедри періодично здійснює наукове консультування, читає лекції та проводить науково-практичні семінари (наприклад, ТОВ науково-виробниче підприємство «Комунтех», ТОВ «Вінка», аптечна мережа ПФ «Гамма-55»), бере участь у міських проектах. Так, наші фахівці були залучені до проекту «Khar'kov Fashion Week» де реалізовувались як експерти стосовно можливостей захисту інтелектуальної власності.

Висновки

Таким чином показано різноманітність наукових інтересів кафедри, висвітлено наукові та практичні розробки і перспективи подальших досліджень.

Література

1. Ольховська А.Б. Теоретичні та науково-прикладні засади удосконалення маркетингових комунікацій у системі просування лікарських засобів в Україні: автореф. дис.... докт. фармац. наук: 15.00.01. Харків, 2019. 44 с.
2. Осама Абузаїд Мохамед Нур Ахмед. Науково-практичне обґрунтування підходів до вдосконалення системи фармацевтичного забезпечення населення Судану: автореф. дис. ... канд. фармац. наук : 15.00.01. Харків, 2016. 27 с.
3. Ткаченко І.В. Обґрунтування науково-практичних підходів до управління системою маркетингу взаємовідносин суб'єктів фармацевтичної діяльності: автореф. дис. ... канд. фармац. наук : 15.00.01. Харків, 2019. 25 с.

4. Муса Істаніс Марвек Медхат. Науково-практичні підходи до формування ринкового потенціалу гепатотропних лікарських препаратів: автореф. дис. ... канд. фармац. наук : 15.00.01. Харків, 2019. 25 с.
5. Самборський О.С., Слободянюк М.М., Євтушенко О.М. Обґрунтування методологічного підходу до визначення сили ринкових позицій лікарських засобів на прикладі противиразкових препаратів. *Соціальна фармація в охороні здоров'я*. 2020. № 4(6). 62-70.
6. Слободянюк М.М., Самборський О.С., Германовські Т. Теоретичні основи і методичне обґрунтування комплексного аналізу та моделювання доцільності й ефективності розробок нових лікарських засобів. *Соціальна фармація в охороні здоров'я*. 2017. Т 3, № 4. С. 19 - 31. doi: 10.24959/sphhcj.17.95.
7. Слободянюк М.М., Самборський О.С. Теоретико-прикладні підходи до удосконалення галузевого регулювання процесу формування соціально-орієнтованого асортименту ліків на вітчизняному фармацевтичному ринку. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2018. № 1 (53). С. 35 - 46. doi: 10.24959/uekj.18.4.
8. Слободянюк М.М., Самборський О.С., Гавришук Л.М. Маркетингові підходи до удосконалення управління інноваційним продуктивним портфелем фармацевтичного підприємства. *Фармацевтичний часопис*. 2019. № 1 (46). С. 69-77.
9. Слободянюк М.М., Самборський О.С. Теоретичні основи та методика обґрунтування ефективності й інвестиційної привабливості розробок та впровадження лікарських засобів на основі проектного планування та комп'ютерної обробки: метод. реком. Український центр наукової медичної інформації і патентно-ліцензійної роботи МОЗ України. Київ, 2017.–36 с.
10. Самборський О.С., Слободянюк М.М. Обґрунтування сучасних підходів до галузевого регулювання обігу соціально орієнтованого асортименту ліків у системі фармацевтичного забезпечення населення : наук. метод. реком. НФаУ. Харків, 2019. – 24 с.
11. Пестун І. В., Жадько С.В. Аналіз термінології та визначення складових процесу раціонального використання лікарських засобів в Україні. *Фармацевтичний журнал*. 2016. №6. С.15-21.
12. Жадько С.В., Пестун І.В. Анализ осведомленности украинских фармацевтических работников в вопросах содействия рациональному использованию лекарственных средств. *Рецепт*. 2018. т. 21. №2. С. 211-219.
13. Жадько С. В., Пестун И. В. Анализ общегосударственных мер по содействию рациональному использованию лекарств в Украине : материалы международной научно-практической конференции «Современное состояние

фармацевтической отрасли: проблемы и перспективы», г. Ташкент, Узбекистан, 13-14 ноября. Ташкент, 2020. С. 159-160.

14. Жадько С. В., Пестун И. В. Анализ информационного обеспечения украинских фармацевтических работников в процессе содействия рациональному использованию лекарств. *Наука и инновация*. 2020. № 4. С.15-20.

15. Пестун І. В., Бабічева Г. С., Жадько С. В. Теоретичне обґрунтування та практична реалізація концепції кадрового маркетингу у фармацевції. *Соціальна фармацевція в охороні здоров'я*. 2020. Т. 6, № 1. С. 40-49.

16. Пестун І. В., Бабічева Г. С. Дослідження сучасних тенденцій на вітчизняному ринку праці спеціалістів фармацевції. *Соціальна фармацевція в охороні здоров'я*. 2018. Т. 4. № 2. С. 60-69

17. Барковська О. Я., Рогуля О. Ю., Лебединець В. О., Огарь С.В. Теоретико-методичні підходи до впровадження системи моніторингу працевлаштування фахівців фармацевції. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармацевції*. 2019. № 2. С. 6-15

18. Shmalko O. O., Pestun I.V., Vyshnevskaya L. I. Marketing substantiation of introduction of a new herbal medicine for the treatment of inflammatory bowel diseases into the pharmaceutical market of Ukraine. *Research Journal of Pharmacy and Technology*. 2000. Vol.13 N.:11. November: 5431-5437

19. Maslii Yu. S., Ruban O.A., Ievtushenko O. M. The marketing substantiation of the relevance of new domestic products development for topical application in dentistry. *Соціальна фармацевція в охороні здоров'я*. 2019. № 3(5). С. 13–22

20. Рогуля О. Ю., Чегринець А. А., Швецов К. В. Дослідження сучасних напрямків розробки офтальмологічних лікарських засобів. Фармакоэкономика в Україні: стан та перспективи розвитку : матеріали XII наук.-практ. INTERNET-конф., м. Харків, 22 травня 2020 р. / редкол. : А. А. Котвіцька та ін. Х. : Вид-во НФаУ, 2020. С. 48-53.

21. Зупанець І. В., Рубан О. А., Євтушенко О. М., Колісник Т. Є. Дослідження асортименту анальгетичних засобів для терапії хронічного болю на фармацевтичному ринку України. *Фармацевтичний журнал*. 2020. Т. 75. № 3. С.16-28

22. Ковалевська І. В., Рубан О.А., Євтушенко О. М. Дослідження асортименту препаратів для лікування цукрового діабету II типу на фармацевтичному ринку України. *Фармацевтичний журнал*. 2019. №2. С.13-24

23. Сліпченко Г. Д., Півень О. П. Кон'юнктурний аналіз асортименту ноотропних лікарських засобів, зареєстрованих в Україні. *Соціальна фармацевція в охороні здоров'я*. 2018. № 2. С. 9-18.

24. Слободянюк М.М., Байгуш Ю.В. Маркетинговий аналіз ринку серцево-судинних препаратів в Україні. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2016. № 1 (45). С. 72–79.
25. Bondarieva I.V., Malyi V.V., Timanyuk I.V., Rogulia O.Yu. Market research R06A antihistamines for systemic use in Ukraine . *The scientific heritage*. 2017. №8 (8). P. 64–68
26. Зайченко В. С., Євтушенко О. М., Рубан О. А., Маслій Ю. С., Равшанов Т. Б. Аналіз ринку препаратів для лікування доброякісних захворювань передміхурової залози з метою визначення маркетингових можливостей для вітчизняного виробника. *Science Rise*. 2017. № 1(5). С. 53 – 61
27. Дорохова Л. П., Малий В. В., Півень О. П., Дорохов О. В. Визначення прихильності споживачів до надавачів послуг на прикладі аптечних закладів. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2020. № 2 (25). С. 48 – 56.
28. Півень О. П., Малий В. В., Дорохова Л. П., Рогуля О. Ю., Хренов О. М. Дослідження поведінки споживачів лікарських засобів. *Комунальне господарство міст: Серія: Економічні науки*. 2020. Т. 5, № 158. С. 38 – 45.
29. Ушакова И., Дорохова Л., Малий В., Дорохов А. Оценка аптеки как среды фармацевтического обслуживания населения. *Азербайджанский фармацевтический и фармакотерапевтический журнал*. 2020. Т. XX, № 1. С. 24 – 30.
30. Бабічева Г. С. Вивчення споживчих переваг клієнтів аптечних підприємств в процесі дослідження лояльності . Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : зб. наук. робіт щоріч. VI Міжнар. наук.-практ. дистанц. конф., м. Харків, 22-23 березня 2018 р. / ред. кол. : В.В. Малий та ін. – Х.: Вид-во НФаУ, 2018. С. 51-60.
31. Pestun I. V., Mnushko Z. M. The impact of the legal and regulatory framework on the marketing activity of wholesale and retail pharmaceutical organizations. *Соціальна фармація в охороні здоров'я*. 2020. Т. 6, № 3. С. 49-59.
32. Мнушко З. М., Пестун І. В. Ефективність сучасної моделі комплексу маркетингу в аптеках .*Web of scholar*. 6(24). Vol. 5, 2018. С. 45-48.
33. Pestun I.V., Mnushko Z.M., Ievtushenko O.M. Marketing research of the pharmaceutical market in Ukraine: peculiarities, trends, problems, tendencies . *Research Journal of Pharmacy and Technology*. 2019. №4. P.2049-2054
34. Timanyuk I., Pestun I. , Mnushko Z. Research on the duration of Pharmaceutical Information life cycle *Research J. Pharm. and Tech*. 2019. 12(9). P. 4421-4425.
35. Timanyuk I., Pestun I. Structural analysis of professional pharmaceutical internet-resources. *Управління, економіка та забезпечення якості у фармації*. 2017. №3 (51). С. 52-60.

36. Бабичева А. С. Изучение информационных потоков в процессе предоставления фармацевтической помощи населению в Украине . Topical issues of the development of modern science : Abstracts of the 2nd International scientific and practical conference. Publishing House “ACCENT”. Sofia, Bulgaria. 2019. P. 290-297.

37. Пестун І. В., Тіманюк І. В. Сучасні маркетингові практики в діяльності фармацевтичних підприємств . Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: зб. наук. робіт щорічної V міжнар. наук.-практ. дистанційної конф. (м. Харків, 30-31 березня 2017 р.)/ ред. кол. : В. В. Малий, М. М. Слободянюк, А. Б. Ольховська та ін. – Харків. : НФаУ, 2017. С. 29-38

38. Pestun I.V., Mnushko Z.M. Methodology of modern marketing management pharmaceutical organizations *Управління, економіка та забезпечення якості у фармації*. 2017. №4. С.60-66

39. Timanyuk I., Pestun I. The analysis of digital tiered pharmacy formation. *ScienceRise: Pharmaceutical Science*. 2017. №3 (7). P. 48-54.

40. Pestun I. V. Quality Efficiency Indicators of Pharmacy Management: Characteristics, Current Features, Opportunities and Threats of the Development / I. V. Pestun, Z. M. Mnushko, I. V. Timanjuk, O. M. Ievtushenko, H. S. Babicheva // *Journal of Global Pharma Technology*. – 2020. – Vol. 12. – P. 259–269/

41. Spichak I., Zhironova I., Pestun I., Ievtushenko O., Varenych G. A study of the extent and interrelations of risks in the system of goods flow in wholesale pharmaceutical organizations. *International Journal of Management* June 2020; Volume 11 (Issue 06), pp. 1205-1214. URL:http://www.iaeme.com/MasterAdmin/Journal_uploads/IJM/VOLUME_11_ISSUE_6/IJM_11_06_109.pdf.

42. Евтушенко Е.Н., Пестун И.В., Слободянюк Н.Н., Зайченко В.С. Риск-менеджмент в системе дистрибуции фармацевтических организаций / *Наука и инновации*. 2020. №4

BRIEF ANALYSIS OF SCIENTIFIC RESEARCH OF THE DEPARTMENT OF PHARMACEUTICAL MANAGEMENT AND MARKETING IN THE PERIOD FROM 2016 TO 2020

Malyi V.V., Pestun I.V., Slobodyanyuk M.M., Ievtushenko O.M., Rogulya O.Y., Dorokhova L.P., Sofronova I.V., Timanyuk I.V.

Abstract

The article presents research activities of the Department of Pharmaceutical Management and Marketing over the past five years. The main theoretical-applied and

practically oriented results within the framework of the defended dissertations are given. The characteristics of perspective researches are given, among which complex of researches on development and marketing substantiation of introduction of medicines on the pharmaceutical market of Ukraine taking into account social and economic indicators, studying of the pharmaceutical labor market, marketing research and development of rational use of medicines, marketing research of markets of separate groups of medicines, theoretical developments in management and marketing in pharmacy, etc.

Key words: pharmacy, scientific activity, pharmaceutical management, pharmaceutical marketing

БРИФ АНАЛИЗ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ КАФЕДРЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В ПЕРИОД С 2016 ПО 2020 ГОД

Малый В.В., Пестун И.В., Слободянюк Н.Н., Евтушенко Е.Н., Рогуля О.Ю.,
Дорохова Л.П., Софронова И.В., Тиманюк И.В.

Аннотация.

В статье представлены направления научно-исследовательской деятельности кафедры фармацевтического менеджмента и маркетинга в течение последних пяти лет. Приведены основные теоретико-прикладные и практически ориентированные результаты в рамках выполнения защищенных диссертационных работ. Охарактеризованы перспективные исследования, среди которых комплексные исследования по разработке и маркетинговому обоснованию внедрения лекарственных средств на фармацевтический рынок Украины с учетом социальных и экономических показателей, изучение фармацевтического рынка труда, маркетинговые исследования и разработки рационального использования лекарственных средств, маркетинговые исследования рынков отдельных групп лекарственных средств, теоретические разработки по менеджменту и маркетингу в фармации и др.

Ключевые слова: фармация, научная деятельность, фармацевтический менеджмент, фармацевтический маркетинг