

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
фармацевтичний факультет
кафедра організації та економіки фармації**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**на тему АНАЛІЗ АКТУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ
В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ**

Виконав: здобувач вищої освіти групи Фс18(5,0д) 07
спеціальності 226 Фармація, промислова фармація
освітньої програми Фармація

Валерія ФЕДОТОВА

Керівник: доцент закладу вищої освіти кафедри
організації та економіки фармації , к.е.н., с.н.с.

Ірина ПОПОВА

Рецензент доцент закладу вищої освіти кафедри
фармацевтичного менеджменту та маркетингу,
к.фарм. н., доцент Ольга РОГУЛЯ

АННОТАЦІЯ

Досліджено фармацевтичний ринок України в сучасних умовах. Визначено вплив війни на ринок лікарських засобів України. Проаналізовано експортно-імпортні операції в фармацевтичній галузі в умовах воєнного стану. Проведено оцінку роботи виробників фармацевтичної продукції. Запропоновано напрями конкурентоспроможності аптекних мереж. Запропоновано напрями розвитку фармацевтичного ринку України. Кваліфікаційна робота складається з вступу, огляду літератури, трьох розділів, загальних висновків, списку літературних джерел і додатків. Основний зміст кваліфікаційної роботи викладено на 65 сторінках. Робота ілюстрована 4 таблицями і 23 рисунками.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, ринок лікарських засобів, воєнний стан, фармацевтична продукції, аптечні мережі.

ANNOTATION

The pharmaceutical market of Ukraine in modern conditions is studied. The impact of the war on the pharmaceutical market of Ukraine is determined. Export-import operations in the pharmaceutical industry under martial law are analysed. The work of pharmaceutical manufacturers is evaluated. The directions of competitiveness of pharmacy chains are proposed. The directions of development of the pharmaceutical market of Ukraine are suggested. The qualification work consists of an introduction, a literature review, three sections, general conclusions, a list of literary sources and appendices. The main content of the qualification work is laid out on 65 pages. The work is illustrated with 4 tables and 23 figures.

Keywords: pharmaceutical market, market of medicines, martial law, pharmaceutical products, pharmacy chains.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	7
1.1. Проблеми фармацевтичної галузі	7
1.2. Правові проблеми в регулюванні фармацевтичної галузі	13
Висновки до розділу 1	15
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	17
2.1. Дослідження фармацевтичного ринку України	17
2.2. Дослідження впливу війни на ринок лікарських засобів України	25
2.3. Оцінка виробників фармацевтичної продукції	38
Висновки до розділу 2	42
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	45
3.1. Напрями підвищення конкурентоспроможності аптечних мереж	45
3.2. Напрями розвитку фармацевтичного ринку України	56
Висновки до розділу 3	60
ВИСНОВКИ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ	71

ВСТУП

Актуальність теми. Вплив російського вторгнення на економічну активність України величезний, що обумовлено скороченням реального ВВП, зростанням інфляції, порушенням торгівлі, а як результат зростання бюджетного дефіциту. Вторгнення Росії в Україну, призвело до великих людських жертв, масового переміщення населення і значного пошкодження інфраструктури, що суттєво змінило життя кожного українця й значно вплинуло на розвиток кожної галузі, в тому числі і на фармацевтичну.

Фармацевтика – це стратегічно важлива галузь, особливо у даний час, оскільки медикаменти мають бути на фронті, в аптеках та в лікарнях, адже від цього залежить здоров'я й життя людей, військових та цивільних. В цих умовах фармацевтичні компанії змушені адаптуватися до багатьох нових викликів, керівники мають швидко реагувати на зміни, а працівники ризикуючи своїм життям забезпечувати населення ліками. Загроза повномасштабного вторгнення, призвела до того, що багато працівників вимушено переселилися у більш спокійні регіони України або виїхали за кордон. Фармацевтичні фірми призупинили свою роботу, деякі склади готових лікарських препаратів, сировини та пакувальних матеріалів було вщент знищено, багато аптечних закладів залишилося на окупованих територіях. Все це мало великий вплив на фармацевтичний ринок загалом.

Фармацевтичний ринок України останніми роками швидко розвивався, проте наразі переживає нелегкі часи. Після російського вторгнення та із введення воєнного стану в нашій країні вся вітчизняна економіка перебудувалася відповідно нових

Такі зміни не могли не торкнутися і фармацевтичного ринку. У минулому році, за таких умов, виробництво та реалізація фармацевтичних препаратів суттєво скоротилося, зменшилася і торгова мережа. Тому необхідно, попри тимчасові труднощі, намітити шляхи відновлення та фактори зростання цього ринку з огляду на те, що після нашої перемоги

та повернення з вимушеної міграції значної частини населення на Батьківщину, потрібно буде, перш за все, безперебійне та якісне забезпечення українців фармацевтичними продуктами та препаратами. Для цього необхідно вже зараз знаходити способи імпортозаміщення. Наприклад, наразі фармацевтичний ринок антидіабетичних лікарських засобів в Україні – імпортозалежний, оскільки частка препаратів іноземного виробництва з 24 країн-імпортерів становить 59,3% [1, с. 63].

Також потрібно працювати у напрямку відновлення економічних та логістичних ланцюгів поставки сировини та готових товарів. Крім того, нарощення експортних позицій допоможе нашій країні отримувати більше валютної виручки

Мета роботи – аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні.

Для досягнення мети були сформовані **завдання** дослідження:

- визначити проблеми фармацевтичної галузі
- визначити правові проблеми в регулюванні фармацевтичної галузі
- дослідити фармацевтичний ринок України
- визначити вплив війни на ринок лікарських засобів України
- оцінити виробників фармацевтичної продукції
- розробити напрями підвищення конкурентоспроможності аптечних мереж
- запровадити напрями розвитку фармацевтичного ринку України

Об'єкт дослідження – фармацевтичний ринок України.

Предмет дослідження – є теоретико-методологічні засади, підходи до аналізу актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні.

Методи дослідження – статистичний, маркетинговий, аналітичний та графічного представлення результатів.

Практичне значення отриманих результатів. Дослідження проведене з метою визначення актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах

впровадження воєнного стану в Україні та розробки напрямів його покращення.

Апробація результатів дослідження і публікації. Фрагменти наукової роботи були представлені у вигляді:

доповіді на II Всеукраїнській конференції з міжнародною участю YOUTH PHARMACY SCIENCE (7-8 грудня 2021р., м. Харків)

тез на науково-практичній Internet-конференції з міжнародною участю актуальні питання фармакології, клінічної фармакології та клінічної фармації = Current issues of pharmacology, clinical pharmacology and clinical pharmacy (27-28 жовт. 2022 р., м. Харків);

статті на VI Всеукраїнській науково-освітній internet конференції «Формування національної лікарської політики за умов впровадження медичного страхування: питання освіти, теорії та практики» (14-15 березня 2023р., м. Харків);

доповіді на I етапі Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт зі спеціальності «Менеджмент організацій».

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, огляду літератури, трьох розділів, загальних висновків, списку літературних джерел і додатків. Основний зміст кваліфікаційної роботи викладено на 65 сторінках. Робота ілюстрована 4 таблицями і 23 рисунками.

РОЗДІЛ 1

ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

1.1. Проблеми фармацевтичної галузі

За останні кілька років фармацевтичні компанії зіткнулися з безліччю проблем. Глобальна пандемія створила безпрецедентний попит на вакцини, закрила багато клінічних випробувань. І зараз, майже наприкінці 2022 року, галузь усе ще намагається надолужити згаяне. Фармацевтична промисловість, як і раніше, стикається з серйозними проблемами і перебуває в пошуку інноваційних рішень. Нижче наведено найбільш значущих проблем фармацевтичної галузі як в Україні так і в світі (рис.1.1).

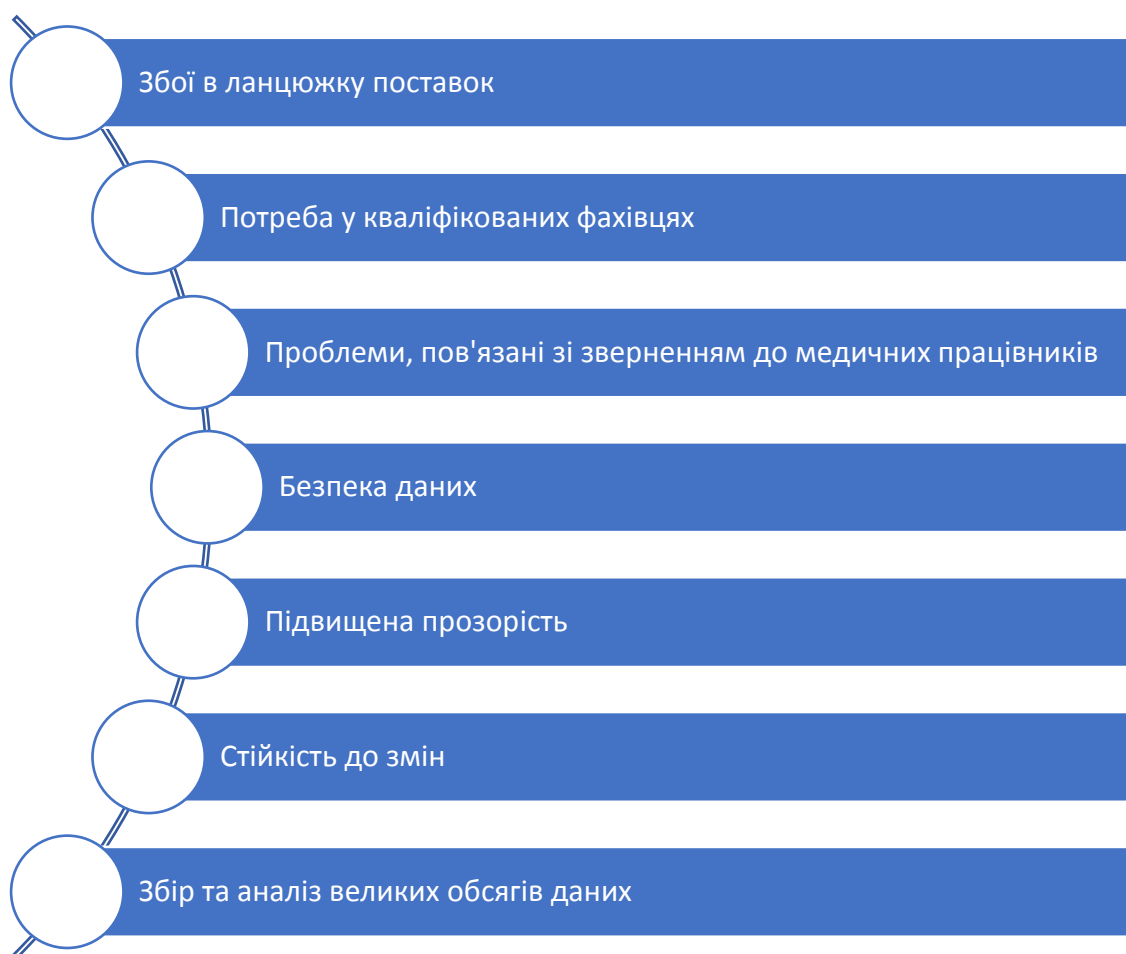


Рис. 1.1 Проблеми фармацевтичної галузі України та світу

1. Збої в ланцюжку поставок. Коли ми йдемо в лікарню або відвідуємо лікаря, ми очікуємо, що потрібні нам ліки чекатимуть на нас там. Нам складно уявити, що лікарня може сказати пацієнту, що його лікування потрібно відкласти через брак ліків або що він просто недоступний через проблеми з логістикою у фармацевтичній галузі. На жаль, це реальність, в якій ми живемо через проблеми з ланцюжками поставок фармацевтичної продукції.

Слід зазначити, що ці проблеми існували ще до нещодавньої пандемії, а економічні виклики для фармацевтичної галузі ще більше загострили дефіцит. Коли все йде гладко, економіка глобального ланцюжка поставок може принести великий прибуток, але коли вона зазнає невдачі, людські жертви величезні. Фактично, деякі основні ліки, які використовуються щодня у відділеннях невідкладної допомоги та амбулаторних клініках, були в дефіциті.

2. Потреба у кваліфікованих фахівцях. Брак кваліфікованих фахівців є однією з найбільших проблем фармацевтичної галузі. Коли ми говоримо про кваліфіковану робочу силу, ми маємо на увазі людей, які виконують технічну та інтелектуальну роботу, що вимагає великих знань у певній галузі. Фактично продуктивність галузі залежить від кваліфікації найнятої робочої сили.

Кваліфікована робоча сила, на яку можна покластися, є одним з найважливіших елементів, який допоможе забезпечити багатообіцяюче майбутнє у фармацевтичній галузі. Фармацевтична галузь потребує працівників з необхідними знаннями, навичками та досвідом. Для продовження прогресу необхідно більше інвестицій у висококваліфіковану робочу силу. Навчання працівників дасть їм змогу отримати необхідні навички для правильного та ефективного виконання своїх повсякденних завдань, а також допоможе заповнити будь-які прогалини в навичках, які у них можуть бути.

Міграція робітників фармацевтичної галузі в інші країни на початку війни призвела до значного закриття аптечних закладів. Тільки шляхом прийняття законодавчих актів, які дозволили працювати студентам фармацевтичних вузів були вирішені ці питання.

3. Проблеми, пов'язані зі зверненням до медичних працівників.

Робота з медичними працівниками - одна з найбільших проблем у фармацевтичному маркетингу з багатьох причин. По-перше, можливостей таргетингу не так багато, а ті деякі можливості, які пропонують деякі видавничі платформи, залежать тільки від географії та спеціалізації. Але маркетологам потрібні можливості таргетингу, засновані на їхній поведінці за рецептом і доступі до фармакологічного довідника. Ринок охорони здоров'я складний і включає безліч зацікавлених сторін, таких як постачальники медичних послуг, страхові компанії та споживачі. Кожен має право голосу під час ухвалення рішення про те, який продукт або послугу вибрати. Ця складність кидає виклик маркетологам медичних працівників, оскільки вони створюють ефективну маркетингову стратегію для медичних працівників, але щосили намагаються змусити її працювати.

Крім того, складно набрати критичну масу лікарів і досягти бізнес-цілей. Мінлива динаміка ринку заважає маркетологам сформулювати правильну стратегію маркетингу для медичних працівників і налагодити з ними зв'язки. У кращі часи доступ маркетолога до фахівців з маркетингу фрагментований і йому не вистачає залученості. У той час як веб-сторінки компанії можуть вважатися рекламними і такими, що не вірять у політику НСР, наукові журнали не завжди можуть бути відкриті для поширення їхньої інформації. Маркетологи, безумовно, повинні знати про проблеми, з якими стикаються медичні працівники, і прагнути знайти рішення цих проблем.

Що стосується України, в умовах воєнного стану споживачі вимушені звертатися до фармацевтів, ніж до лікарів, а це приводить до самолікування.

4. Збір та аналіз великих обсягів даних. Дані стали одним із найважливіших елементів і активів компанії. У фармацевтичній галузі під даними розуміють усі дані, введені представниками компанії або згенеровані машинами. Тут також варто згадати, що збір даних загалом став критично важливим елементом для компаній з різних галузей, які прагнуть отримати

перевагу перед своїми конкурентами. Однак важливість цих даних полягає у здатності компанії проводити необхідний аналіз даних для прийняття рішень.

У фармацевтичній галузі існує безліч ризиків, пов'язаних із затвердженням ліків, контролем якості та ланцюжком поставок. Щоб подолати ці проблеми, операторам фармацевтичної галузі потрібні гнучкі інструменти для ефективного збору даних і управління ними при створенні планів дій. Компанії можуть збирати дані на декількох рівнях, як-от технічне обслуговування, виробництво і якість обслуговування - все це необхідно оцифрувати, а потім використовувати для вирішення операційних завдань у фармацевтичній промисловості.

Крім того, необхідно планувати збір даних. Планування допоможе запобігти марній траті ресурсів. Незалежно від того, вирішить підприємство продовжити безперервне вдосконалення або налаштувати планування обслуговування, зібрані дані необхідно зберігати та вивчати.

5. Підвищена прозорість. Підвищення рівня прозорості завжди було предметом дискусій. Дослідження і розробки - це перевірений спосіб отримати більше інформації про процеси, людей, що стоять за ними, і про те, як досягаються результати. Крім того, під час пандемії ми бачили явну громадську підтримку та інтерес до фарміндустрії.

Багато зусиль було докладено для обміну додатковою інформацією про клінічні випробування при збереженні конфіденційності інформації про особу пацієнта. Дані цих випробувань мають велике значення. Це прокладає шлях до великих досягнень у науці та медицині. Тож у майбутньому має бути спосіб систематичного та об'єктивного збору та аналізу інформації третьою стороною, щоб процес дослідження міг бути більш продуктивним. Поки вакцина розроблялася, індустрії було важко відкрито демонструвати протоколи клінічних випробувань. Це заважало людям зрозуміти типи проведених досліджень і порівнювати різні компанії, що розробляють потенційну вакцину.

Також було багато дискусій про доступність ліків, у яких промисловість зазвичай робила ставку на більш справедливий і всеосяжний доступ. Крім того, медичні відкриття, розробка і доставка - це процеси, які неможливо здійснити без співпраці та діалогу з пацієнтами. З цієї причини багато організацій розшифрували дані, щоб виявити передачу цінності, яку вони передали організаціям охорони здоров'я. На додаток до цього, доступність ліків є обов'язком не тільки фармацевтичної промисловості, оскільки саме за особами, які приймають рішення, залишається останнє слово в питанні про те, чи вийдуть ті чи інші ліки на ринок країни. Своєю чергою, люди та організації пацієнтів визначають ухвалення рішень у країнах.

6. Стійкість до змін. Опір змінам - одна з ключових проблем, що стоять сьогодні перед фармацевтичною промисловістю. Фармацевтична промисловість може чинити опір змінам з кількох причин. Зміни можуть бути ускладнені через опір керівництва суттєвим змінам в операціях. Галузь також суворо регулюється, а це означає, що будь-які внесені зміни можуть бути дорогими через необхідність повторної перевірки. Через проблеми з фармацевтичним виробництвом деякі виробники можуть віддати перевагу веденню паперової документації, оскільки це полегшує маскування помилок. Це може допомогти подолати деякі проблеми у фармацевтичному виробництві.

У багатьох випадках ціна та тягар дотримання вимог призводили до того, що рішення не ухвалювалися. При пропозиції заміни будь-якої паперової системи дуже важливо, щоб рентабельність інвестицій була чітко представлена всім залученим сторонам. Хоча може здатися очевидним, що заміна паперового процесу цифровим рішенням має призвести до підвищення ефективності, багато хто може не бачити цього, особливо люди, які роками виконують свою роботу однаково. Технології мають бути представлені у вигляді дорожньої карти, яка дасть змогу всій організації зрозуміти переваги, які продовжуватимуть підвищувати ефективність та інтегрувати раніше розрізнені дані та процеси відділу. Попередні витрати на відповідність вимогам і час,

витрачений на впровадження системи, ніколи не повинні визначати рішення про перехід на нове рішення.

Страх змін. На додачу до цього існує ще й страх змін. Ми часто чуємо фразу "ну, так завжди робилося". Будьте драйвером того, як завдання виконуватимуться в майбутньому. Час, зусилля і витрати, пов'язані з підтриманням застарілої системи в робочому стані, являють собою інвестиції в актив, що знецінюється, а не в платформу, яка допомагає розширювати і спрощувати, забезпечуючи рентабельність інвестицій. Зміни - це добре, якщо їх піднести правильно. Робота керівників бізнесом полягає в тому, щоб зробити зміни зручнішими та поетапнішими при впровадженні нових технологій. Щойно ми зменшимо страх перед змінами, здатність запроваджувати нововведення й адаптуватися стане культурою, що забезпечує технічний прогрес. Наприклад, нехай винагороду за впровадження такої простої речі, як електронний бортовий журнал, можна побачити у скороченні накладних витрат, вигоди в ефективних оглядах якості та прискоренні пакетної обробки. Інші переваги можуть збільшуватися в геометричній прогресії при розширенні.

7. Безпека даних. Однією з найсерйозніших регуляторних проблем у фармацевтичній промисловості є те, як зберігаються дані та керуються ними. Кіберзагрози для фармацевтичної галузі роблять їх уразливими для крадіжки особистих даних і розвитку векторів атак. У міру того, як організації дедалі більше уваги приділяють оцифруванню, дедалі більше їхніх цінних даних зберігається в мережі, що робить їх серйознішою мішенню для кіберзлочинців.

Фармацевтичні компанії також мають величезну кількість пристроїв, що збирають дані про здоров'я і пацієнтів, які зберігаються в Інтернеті. Вони використовують такі інструменти, як великі дані та Інтернет речей (IoT). Одна з найбільших проблем фармацевтичної галузі полягає в тому, що це збільшує ризик і робить більш важливим для організацій впровадження безпеки та конфіденційності по дизайну.

Привілейований доступ (РА) - це процес призначення вищих рівнів доступу до певних файлів або систем. Це дає змогу організаціям захищати додатки та IT-інфраструктури, більш ефективно вести свій бізнес і забезпечувати конфіденційність своїх конфіденційних даних і найважливішої інфраструктури. РА може застосовуватися до людей та інших користувачів, як-от додатки та машини.

Звіт про вартість витоку даних за 2020 рік засвідчив, що середня загальна вартість витоку даних була значно вищою для охорони здоров'я та фармацевтичної промисловості порівняно з менш регульованими галузями, такими як готельний бізнес, ЗМІ та дослідження. Тому фармацевтичні компанії повинні мати ретельну політику кібербезпеки для захисту цих цифрових активів.

Незважаючи на те, що фармацевтика перебуває в хорошому фінансовому стані, галузь, як і раніше, стикається з серйозними проблемами. У США і за кордоном державні субсидії на вакцини проти COVID знизили обізнаність громадськості щодо вартості ліків, але зростання вартості нових та наявних ліків від хронічних захворювань, ймовірно, викличе невдоволення. Витрати на випуск продукції із запізненням на ринок залишаються, незважаючи на технологічні поліпшення в розробці та виробництві ліків. І проблеми з конфіденційністю та безпекою, які завжди є частиною фармацевтичного ландшафту, зростають, оскільки зловмисники стають дедалі вправнішими в крадіжці конфіденційної інформації та шантажі фармацевтичних компаній.

1.2. Правові проблеми в регулюванні фармацевтичної галузі

Дослідники В. Пашков і Є. Гнедик вказують на деякі прогалини правового забезпечення фармацевтичної політики держави, які особливо стали помітними в умовах війни. До них дослідники відносять:

- 1) поступову, протягом останніх років, ліквідацію державних та комунальних аптечних закладів, що призвело до погіршення доступності до

лікарських засобів, що містять наркотичні засоби та психотропні речовини і не лише в умовах війни;

2) негласна державна підтримка (в тому числі органами місцевого самоврядування) монополізації аптечної діяльності та створення аптечних великих мереж як міжрегіонального рівня так і регіонального, що призвело як до мінімізації економічної конкуренції на фармацевтичному ринку так і до зловживання ними монопольним становищем;

3) мовчазна згода держави на розвиток маркетингових договорів на фармацевтичному ринку і, як наслідок, збільшення вартості лікарських засобів [12, с. 80–81].

Ще на одну проблему в період воєнного стану чи надзвичайної ситуації звертає увагу науковець О. О. Шмалько. Він зазначає, що здійснювати діяльність чи не здійснювати, або ж за яким графіком її здійснювати, вирішує сам власник аптеки чи фармацевтичної компанії. То ж, незважаючи на надзвичайну ситуацію, чи воєнний стан, впливати на рішення власника фармацевтичного бізнесу будь-які законні можливості відсутні і рішення про функціонування аптеки приймає власник, виходячи із своїх обставин чи інтересів [13, с. 36].

Однак, ми погоджуємося із вченими, які вважають, що для представників фармацевтичного бізнесу питання отримання максимальних прибутків має бути пов'язаним з виконанням соціальної місії та соціальним забезпеченням населення [14, с. 31].

Підтримуємо вчених О. Б. Саліхову та Д. О. Гончаренко, які вважають, що завдання держави – усунути бар'єри та мінімізувати загрози на шляху розбудови фармацевтики та сприяти її зростанню. Вони наполягають на необхідності розробки та реалізації Стратегії розвитку високотехнологічної індустрії лікарських засобів та медичних виробів в Україні до 2030 р. Мета Стратегії, стверджують вони, має полягати в розбудові стабільно працюючої галузі з високою доданою вартістю, яка у своєму розвитку спирається на кваліфіковану робочу силу та ендогенні інновації як запоруку підвищення

конкурентоспроможності існуючих і випуску нових субстанцій, готових лікарських засобів, медичних виробів; має високий рівень локалізації в Україні; здатна забезпечити внутрішні потреби та розширити свою частку на глобальному ринку високотех-нологічних товарів. Виходячи з цього, резюмують вчені, ключовими пріоритетами Стратегії мають стати: технологічні інновації, співробітництво та кооперація, міжнародна співпраця, якість та ефективність, імпортозаміщення, стабільність поставок на внутрішній ринок і вихід на зовнішні ринки, екологія, «зелена» фармацевтика, «розумне» виробництво [15, с. 30].

Ми вважаємо, що до вказаних ключових пріоритетів Стратегії необхідно додати такі, як: розробка та розширення виробництва вітчизняних оригінальних фармацевтичних препаратів; сприяння чесній конкуренції та протидія монополізації фармацевтичного ринку.

Висновки до розділу 1

1. В ході дослідження визначено проблеми розвитку фармацевтичного ринку в сучасних умовах, а саме збої в ланцюжку поставок; потреба в кваліфікованих кадрах; проблеми пов'язані зі зверненням до медичних працівників; безпека даних; стійкість до змін тощо.

2. Визначено прогалини правового забезпечення фармацевтичної політики держави, які особливо стали помітними в умовах війни. До них слід віднести:

1) поступову, протягом останніх років, ліквідацію державних та комунальних аптечних закладів, що призвело до погіршення доступності до лікарських засобів, що містять наркотичні засоби та психотропні речовини і не лише в умовах війни;

2) негласну державну підтримку (в тому числі органами місцевого самоврядування) монополізації аптечної діяльності та створення аптечних великих мереж як міжрегіонального рівня так і регіонального, що при-

звело як до мінімізації економічної конкуренції на фармацевтичному ринку так і до зловживання ними монопольним становищем;

3) мовчазну згоду держави на розвиток маркетингових договорів на фармацевтичному ринку і, як наслідок, збільшення вартості лікарських засобів.

3. Доведено, що завдання держави полягає в усуненні бар'єрів та мінімізації загроз на шляху розбудови фармацевтики та сприяння її зростанню, що полягає в розробці та реалізації Стратегії розвитку високотехнологічної індустрії лікарських засобів та медичних виробів в Україні до 2030 р.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

2.1. Дослідження фармацевтичного ринку України

Ринок України багатий на фармацевтичні компанії, тому в умовах воєнного стану їм важливо «бути на плаву». 24 лютого завершився досить тривалий тренд зростання фармацевтичного ринку. Так, виробництво та реалізація основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів у грошовому виразі в 2021 році досягнуло 49,0 млрд. грн., що більше показника 2015 року в 2,5 рази, однак в 2022 році скоротилося на 15,3%, що обумовлено воєнним станом (рис.2.1.)

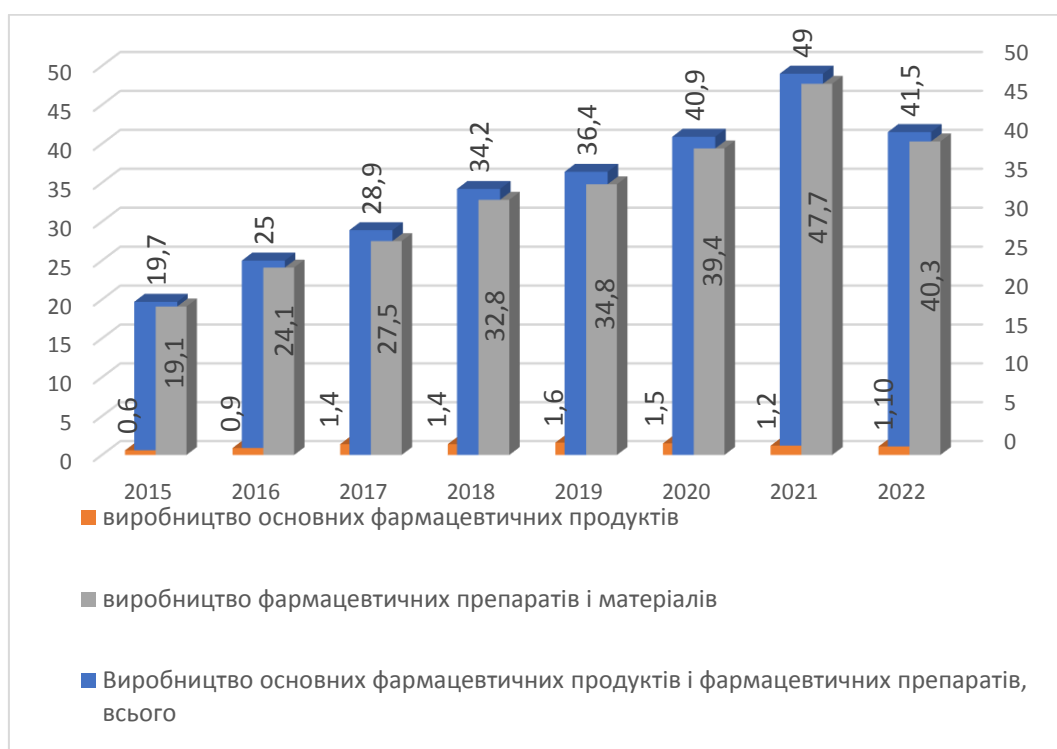


Рис. 2.1. Виробництво основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів в Україні, млрд. грн. [8]

Також слід зазначити, що на початку 2022 року ринок лікарських засобів у гривневому значенні значно збільшувався: +31% у січні та +45% у лютому

до минулого року. Та вже в березні розпочався спад (-11%), у квітні ринок скоротився на третину, а у травні – на 24%. Поки що, незважаючи на падіння в березні-травні, за підсумками 5 місяців року, ринок повернувся на рівень 2021 року (+0,38%). Однак, тектонічні зсуви, які відбулися в економіці не дозволяють сподіватися на збереження позитивної динаміки. Головний чинник – споживач. На скорочення обсягу продажу вплинуло зростання кількості осіб, які виїхали з країни; окупація територій, іноземна медична гуманітарна допомога.

З початком повномасштабної війни роздрібний продаж лікарських засобів почав знижуватися і продовжує цю тенденцію дотепер. Спад розпочався з березня 2022 р., втім вже з травня темпи зниження почали сповільнюватися і, за підсумками вересня, темпи зниження у грошовому вираженні склали 9%. У жовтні 2022 р. темпи спаду пришвидшилися до 19%, що пов'язано із високою базою порівняння минулого року, адже в цей період минулого року в Україні фіксувалася чергова хвиля захворюваності на COVID-19 і відповідно обсяги продажу ліків суттєво зростали. За даними листопада 2022 р. темпи зниження обсягів аптечного продажу ліків становлять 10%. За попередніми даними грудня 2022 р. обсяги аптечного продажу ліків перевищили показники грудня 2021 р. на 6%. Тобто наприкінці року ринок вийшов із занепаду. Загалом за підсумками 2022 р. (враховуючи попередні дані за грудень 2022 р.) темпи зниження становлять 6,2%.

Потижнева динаміка також свідчить, що після закінчення періоду підвищеного споживання ліків, внаслідок хвилі захворюваності на COVID-19 минулого року, знов намітилися тенденція щодо сповільнення темпів зниження, які поступово наближаються до минулорічних показників. А в останні 5 тижнів року обсяги аптечного продажу ліків перейшли у позитивну площину. При цьому варто відзначити, що значний вплив на розвиток ринку у грошовому вимірі чинять інфляційні процеси в країні, оскільки у натуральному вираженні показники динаміки роздрібного ринку залишаються

негативними, хоча темпи зниження обсягів аптечного продажу сповільнюються (рис. 2.2-2.3).

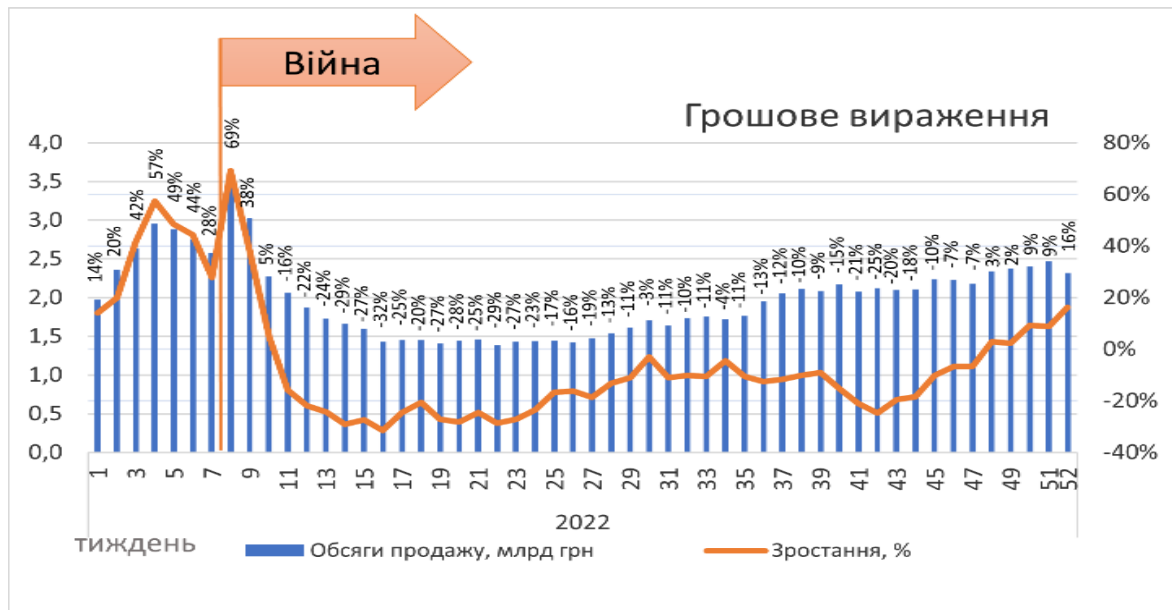


Рис. 2.2 Потижнева динаміка обсягів аптечного продажу лікарських засобів з 1-го до 52-го тижня 2022 р в грошовому вимірі [5]

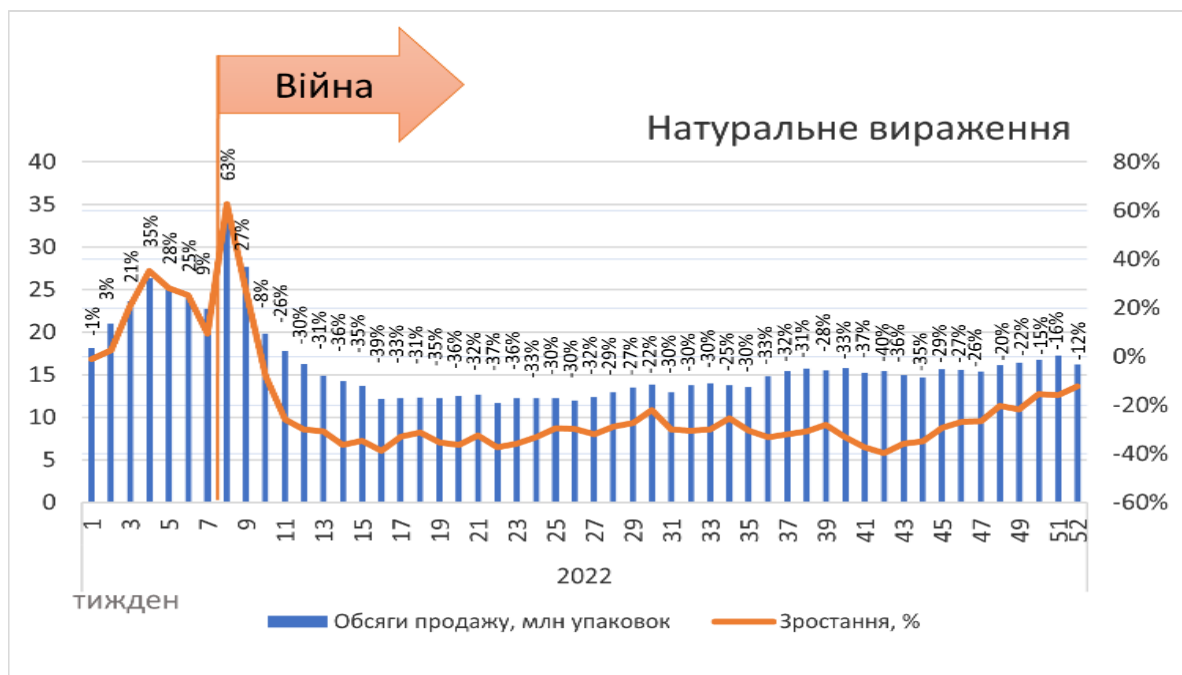


Рис. 2.3 Потижнева динаміка обсягів аптечного продажу лікарських засобів з 1-го до 52-го тижня 2022 р. в натуральному вимірі[5]

Результати дослідження довели, що з початком війни скоротилася кількість аптек, на це випнуло три причини. По-перше, це території, де

відбувалися обстріли, або окуповані, що загрожувало життю і здоров'ю як персоналу, так і відвідувачам. По-друге, проблеми з логістикою. Наприклад, аптека може працювати, але не було товару, бо один зі складів великого дистриб'ютора під Києвом був знищений вщент, також були знищені склади не одного фармацевтичного заводу, тому зламались ланцюги постачання. По-третє, відсутність персоналу, але із цією проблемою допомогла держава, яка послабило вимоги до працівників аптек. Дозвіл на роботу під час воєнного стану медичним працівникам і студентам медичних закладів сприяв тому, щоб відкривалися аптеки, де це можливо.

Війна вплинула на споживання ліків. У перший місяць найбільше зросло споживання ліків, що впливають на серцево-судинну (+23%) та нервову системи, насамперед антиепілептики (+56%) та психолептичні засоби (+51%) (рис.2.4)

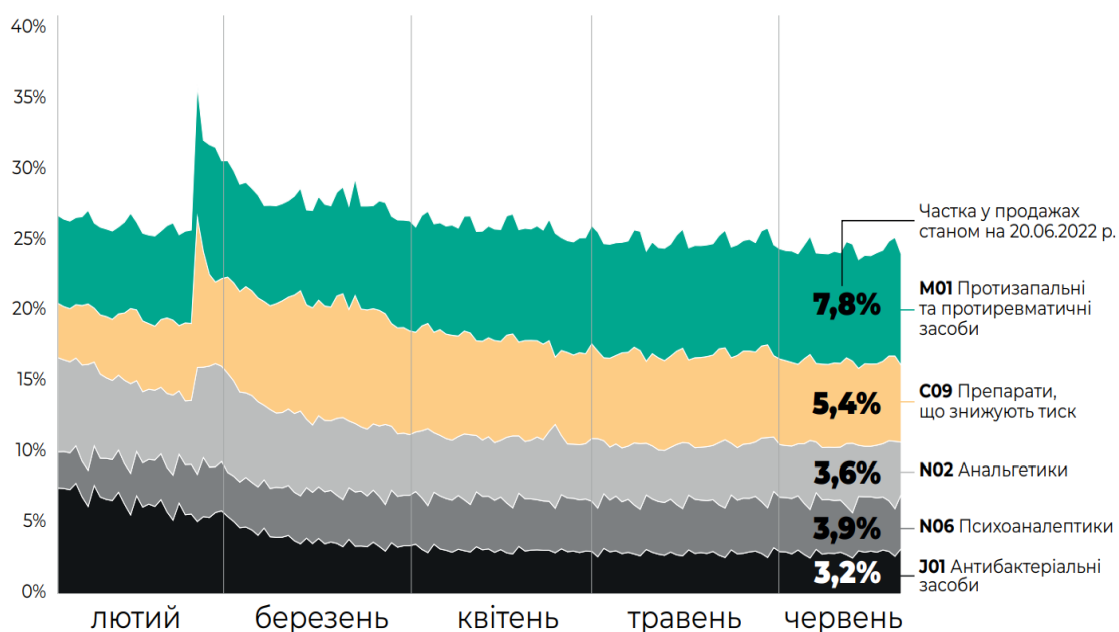


Рис. 2.4 Динаміка продажів топ-5 груп ліків на аптечному ринку за 01.02.2022-20.06.2022 рр.*, % [6]

Так, за результатами соціологічного дослідження Аптеки Доброго Дня дефіцит на препарати спостерігався лише в перший місяць повномасштабного вторгнення. Цьому слугували 2 причини: логістична нестабільність та

понаднормова кількість куплених ліків у перші дні війни. На початку вторгнення, коли нормальна логістика була неможлива, відбувся розрив логістичних ланцюгів. Також, ті, хто мали хронічні проблеми зі здоров'ям, купували ліки із великим запасом, тим самим створюючи дефіцит. Люди не розуміли, як швидко будуть відбуватись поставки в аптеки та чи будуть взагалі, тому хотіли по максимуму застосувати необхідним. Проблема наявності ліків, на які був дефіцит, вирішувалась на державному рівні. Особливо гостро спочатку відчувався дефіцит саме на ліки, які люди приймають при хронічних захворюваннях. Підвищений попит на кровоспинні препарати, медичні вироби, що необхідні в умовах війни для надання першої домедичної та медичної допомоги, задовольняється і державою, і волонтерськими організаціями.

Щодо структури споживання лікарських засобів слід відзначити, що наприкінці липня 2022 р. зафіксоване значне збільшення частки антибіотиків у загальній структурі аптечного продажу, що пов'язано із запровадженням відпуску цих препаратів виключно за рецептом лікаря із серпня 2022 р., і населення робило запаси цих препаратів. Однак із введенням їх рецептурного відпуску з 1.08.2022 р. обсяги споживання суттєво зменшилися. На фоні похолодання та сезону гострих респіраторних вірусних інфекцій (ГРВІ) відзначається тенденція до збільшення частки анальгетиків як у грошовому, так і в натуральному вираженні, а також препаратів для лікування захворювань порожнини носа та протизастудних засобів (рис. 2.5-2.6).

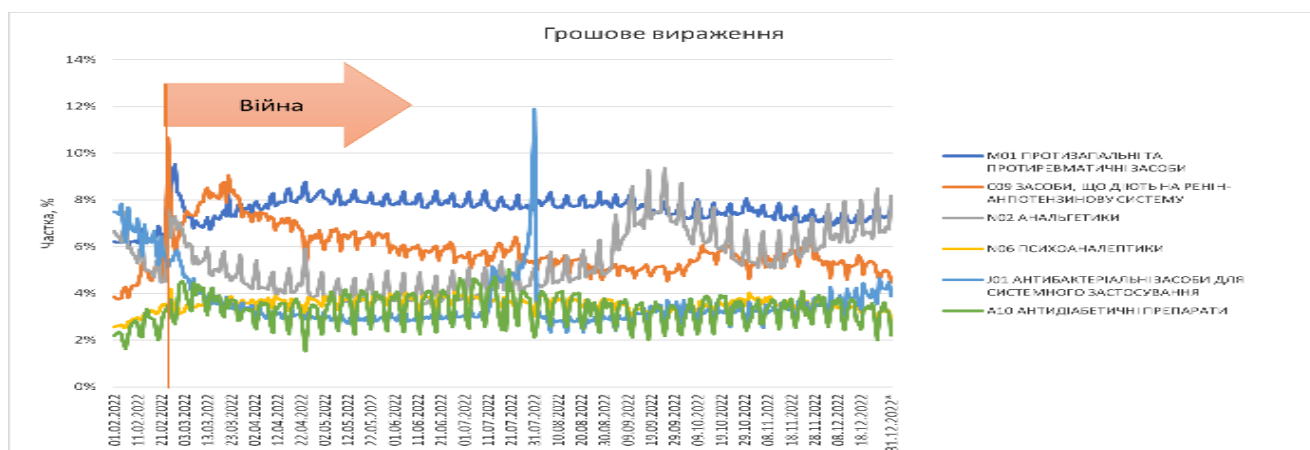


Рис. 2.5 Структура аптечного продажу лікарських засобів з 1.02.2022 до 31.12.2022 р. в грошовому вимірі [5]



Рис. 2.6 Структура аптечного продажу лікарських засобів з 1.02.2022 до 31.12.2022 р. в натуральному виразі [5]

В структурі продажу переважала покупка українських препаратів з декількох причин: вони були в наявності, адже імпорتنі ліки не могли доставити у повному обсязі, а ще українські аналоги мають нижчу вартість. Але від травня ситуація почала стабілізуватись. Зараз, порівнюючи кількість імпорتنих та українських препаратів, спостерігається зростання покупок медикаментів вітчизняного виробника на 5%. Українці все активніше підтримують вітчизняного виробника і тенденція постійно зростає.

Попит на медикаменти змінювався, виходячи з рівня загострення війни, а також від окупації та деокупації територій України. Люди з хронічними хворобами серця купували медикаменти понаднормово вже від перших годин вторгнення. В лютому та березні проданих препаратів для серця було на 13% більше, ніж в січні 2022-го. Аналогічна ситуація була і з гормональними препаратами, +20% у лютому, порівняно з січнем. Стосовно хворих на діабет, слід зазначити, що вони купували ліки усіма можливими способами. У списках волонтерів на пошук ліків, інсулін був найпершим. В березні піковий показник склав +25%, порівняно з січнем.

Що стосується зовнішньоекономічної діяльності фармацевтичної галузі (рис.2.7) то на протязі 2015-2021 років і експорт і імпорт збільшилися більше ніж в 2 рази. Однак, воєнні дії призвели до скорочення експорту на 24,5% й склав 238,1 млрд. дол. США, а імпорту на 37,8%, що становить 1900,6 млрд. дол. США.

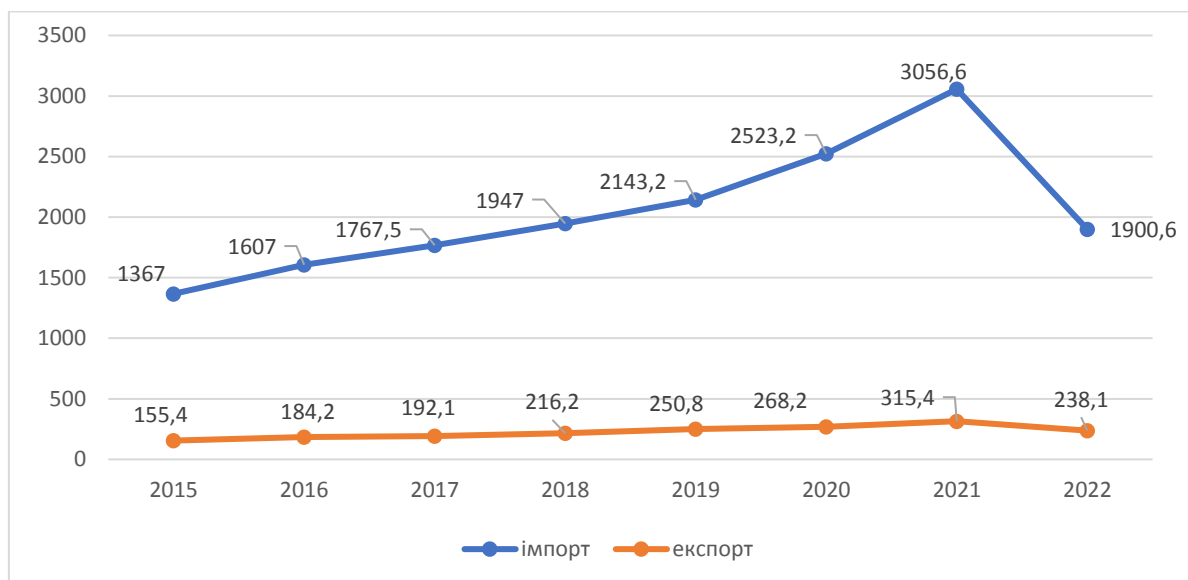


Рис. 2.7 Експорт та імпорт фармацевтичної продукції, млрд. дол. США[8]

Експорт вітчизняної фармацевтичної продукції у 2022 році в порівнянні з 2021 роком зменшився на 24,5% і склав лише 238,1 млн дол. США, хоча за період 2015-2021 років цей показник зріс майже у 2 рази до 315,4 млн дол. США (рис. 1). Аналогічна ситуація спостерігається з імпортом фармацевтичної продукції.

Вартість імпорту вказаних товарів у 2022 році становила 1900,6 млн. дол. США, що менше попереднього року на 37,8%. Важливим фактором зростання вітчизняного фармацевтичного ринку є конкурентна боротьба.

Україна скоротила імпорт ліків 2022 року на 38% - уперше за попередні п'ять років обсяг імпортованих у країну ліків збільшився на 90% (рис.2.8). Найбільшими країнами-постачальниками в Україну залишаються Німеччина, Індія та Франція.

Було ввезено в Україну 2022 року:

лікарські засоби - 82%;

сироватки, вакцини - 13%;

реагенти, контрацептиви та медичне приладдя - 5%.

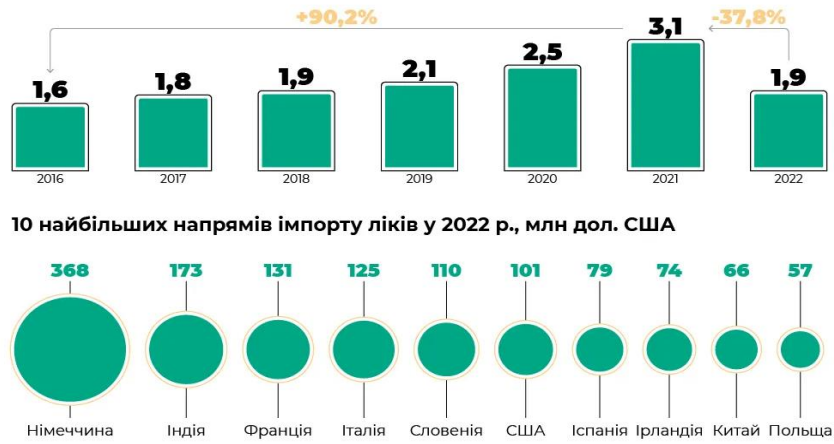


Рис. 2.8. Імпорт фармацевтичної продукції, млрд.дол. США

У 2022 році Україна втратила майже чверть експорту ліків - 24%. Виробники фармацевтичної продукції позбулися багатьох складів і виробничих потужностей, ціни на сировину зросли разом із логістичними проблемами (рис.2.9- 2.10).

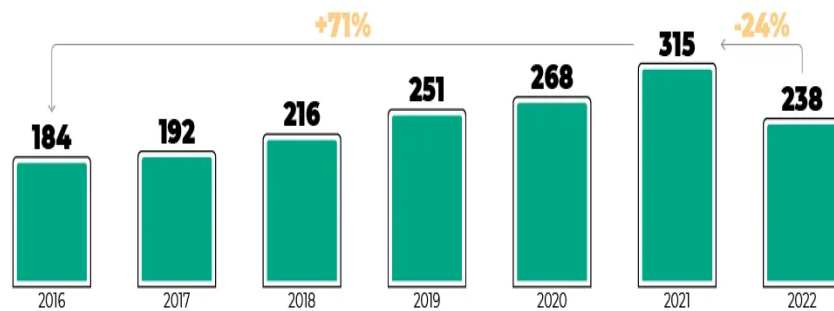
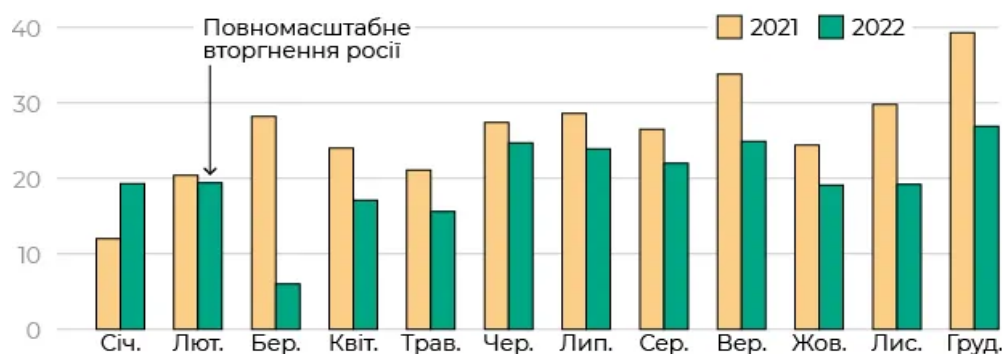
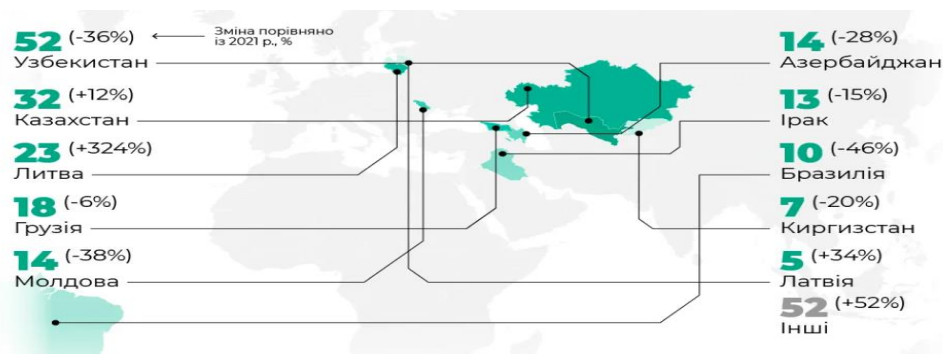


Рис. 2.9 Експорт фармацевтичної продукції, млрд. дол. США



2.10. Щомісячні обсяги експорту у 2021-2022рр., млрд. дол.

У 2022 році українські компанії припинили продаж ліків до Росії та Білорусі. Найбільшим покупцем українських ліків став Узбекистан, збільшився експорт до Литви та Латвії. Велика частина українського фармацевтичного експорту йде в Азію. Експансія в Євросоюз гальмується тим, що Європа не визнає українські сертифікати (рис.2.11).



2.11 Напрями експорту фармацевтичної продукції

Найбільші виробники лікарських засобів в Україні мають сертифікати GMP, які підтверджують, що лікарські засоби постійно виробляються і контролюються відповідно до міжнародних стандартів якості. Але ЄС поки що не визнає сертифікати GMP, видані SMDC. Тому для експорту в ЄС виробник повинен пройти додаткову перевірку контролюючими органами конкретної країни ЄС. Завдання України найближчим часом - домогтися визнання українських сертифікатів у ЄС.

2.2. Дослідження впливу війни на ринок лікарських засобів України

Лікарські засоби (ЛЗ) належать до специфічної групи товарів, саме тому потреба в них не є постійна, а виникає лише під час захворювання. Основним фактором, який впливає на споживання ЛЗ, є структура та рівень захворюваності. Встановлення справжніх потреб ринку і планування на цій підставі товарного асортименту є одним із найголовніших завдань служби маркетингу підприємств виробників. Такий підхід допоможе виробникам планувати свої товарні пропозиції. Широкомасштабне вторгнення в Україну має серйозний вплив на фармацевтичний ринок України.

Першочерговим завданням є забезпечення ЛЗ пацієнтів, яким вони потрібні. Однак війна призвела до руйнування логістики, порушення контрактів і затримок у клінічних дослідженнях [8, 9]. Також стало можливим погіршення якості та безпеки ЛЗ через недостатній регуляторний контроль, незаконний обіг [9]. Все це лише поглиблює кризу у фармацевтичному секторі і загрожує здоров'ю та життю людей. Широкомасштабне вторгнення має значний вплив на діяльність будь-якого підприємства та створює значні перешкоди для його функціонування. Прогноз розвитку фармацевтичного ринку України, розрахований на основі даних компанії «Proxima Research International», містить два сценарії [10].

За песимістичним сценарієм – очікується спад обсягів роздрібного ринку ЛЗ порівняно з попереднім роком на рівні 11%. Згідно з оптимістичним - є надія вийти на +0,8%. Базовий прогноз передбачає зменшення на 4,3%. Головним чином усе залежатиме від інтенсивності та тривалості бойових дій.

Вивчення і визначення потреб в ЛЗ залежить від встановлення рівня фактичного їх споживання, виявлення закономірностей попиту на них з урахуванням факторів, що впливають на їх споживання. З першого дня вторгнення очікувано зріс попит на ЛЗ та засоби першої допомоги, після чого відбулося швидке вичерпання наявних запасів найважливіших ліків [11].

Через розрив логістичної мережі поповнення ЛЗ стало дедалі складнішим. Особливо великим попитом користуються знеболювальні, жарознижувальні, кровоспинні та перев'язувальні засоби.

Міністерство охорони здоров'я (МОЗ) виконало декілька практичних кроків для ефективного управління ситуацією:

- скасувало планові операції в стаціонарі, щоб звільнити місце для невідкладних випадків;
- спростили варіанти фінансування для забезпечення постійної підтримки медичних закладів в умовах воєнного стану;
- запропонувало медичним закладам укладати прямі контракти на постачання з виробниками лікарських, діагностичних та перев'язувальних засобів, оминаючи традиційні тендери;
- підтримало звернення асоціації фармацевтичних працівників України до постачальників із проханням дозволити відстрочення платежів та спрощення договорів;
- закликала створити гуманітарний коридор, щоб гарантувати доставку медичних товарів до найбільш вразливих регіонів.

З початком широкомасштабного вторгнення в Україну відбувся спад роздрібного продажу ЛЗ і який триває досі. У травні 2022 року темпи зниження почали скорочуватися і у вересні становили 9% в грошовому еквіваленті [12]. Потижнева динаміка обсягів аптечного продажу ЛЗ показує, що в жовтні 2022 року темпи спаду збільшилися до 19%, що пов'язано з високою базою порівняння минулого року, коли відбулася хвиля захворюваності на COVID-19 (рис. 2.12).



Рис. 2.12 Потижнева динаміка обсягів аптечного продажу ЛЗ з 1-го до 52-го тижня 2022 р. (млрд. грн.)

Однак, за даними отриманими в листопаді 2022 року темпи зниження склали 10%. За попередніми даними грудня 2022 року обсяги аптечного продажу ліків зросли на 6% в порівнянні з груднем 2021 року. В цілому за 2022 рік темпи зниження обсягів становлять 6,2%, але в останні 5 тижнів року обсяги аптечного продажу ЛЗ зросли.

Треба зазначити, що інфляційні процеси в країні мають значний вплив на розвиток ринку у грошовому вимірі, хоча у натуральному вираженні показники залишаються негативними. Інфляція зростала з початку війни, і зміна офіційного курсу гривні до долара США на 25% стала наступним фактором зростання інфляції.

Загальний показник інфляції в Україні у січні — листопаді 2022 року становить від 19,6% до 26,5%, залежно від місяця. Ціни на ЛЗ зросли менше, ніж загальний рівень інфляції в країні. Зростання цін на ЛЗ в останні місяці зумовлене низьким рівнем інфляції минулого року, коли зростання цін на ЛЗ було меншим, ніж загальний показник інфляції в країні. В липні 2022 року було зафіксоване значне збільшення частки антибіотиків у загальній структурі аптечного продажу через запровадження відпуску цих препаратів виключно за рецептом лікаря, і населення робило запаси цих препаратів (рис. 2.13)



Рис. 2.13 Потижнева динаміка обсягів аптечного продажу ЛЗ з 1-го до 52-го тижня 2022 р. (млн. упаковок)

Однак із введенням їх рецептурного відпуску з 01.08.2022 р. обсяги споживання суттєво зменшилися. На фоні похолодання та сезону гострих респіраторних вірусних інфекцій (ГРВІ) відзначається тенденція до збільшення частки анальгетиків, препаратів для лікування захворювань порожнини носа та протизастудних засобів у загальній структурі аптечного продажу.

З середини лютого по кінець 2022 року середнє зростання ціни на топ-10 торгових назв ЛЗ становить 27% порівняно з ціною на початок року. Варто зазначити, що інфляційні процеси на початок 2023 року сповільнилися і не спостерігається подальшого зростання цін (рис. 2.14).

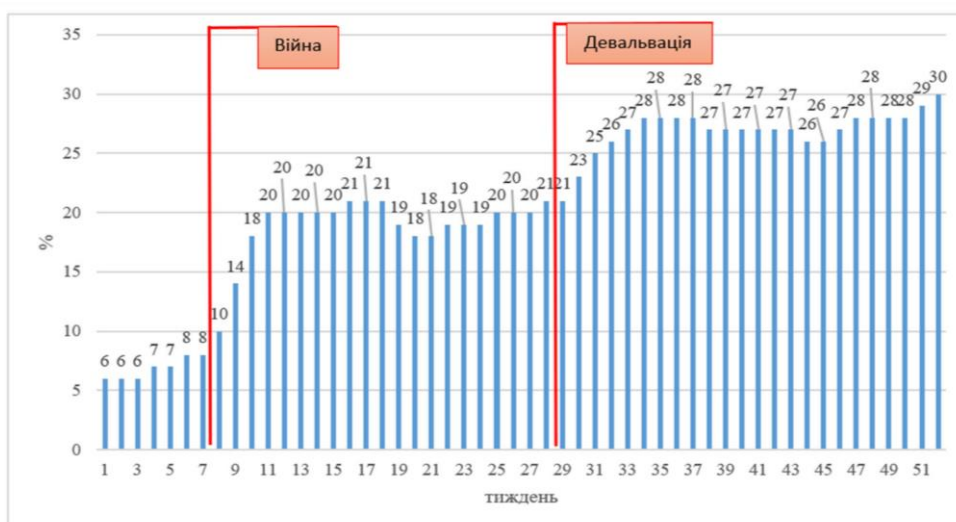


Рис. 2.14. Динаміка індексу інфляції на ЛЗ з 1-го до 52-го тижня 2022 р. порівняно з аналогічним періодом минулого року

За результатами 2022 року (з урахуванням попередніх даних за грудень 2022 року), інфляція на ринку ЛЗ становила 19%. З 2017 року капітальні інвестиції у фармацевтичну промисловість щороку зростали, через високу привабливість ринку та значну потребу в ЛЗ. До 2017 року спостерігався спад загальної кількості капітальних інвестицій в Україну, оскільки для інвесторів

збільшилися економічні ризики, пов'язані з початком війни у східній частині держави.

Зважаючи на повномасштабне вторгнення, фармацевтичний ринок, як й інші ринки України пережили значне зменшення усіх показників діяльності, включно зі зменшенням капітальних інвестицій у розвиток галузі. Падіння показників також пов'язані з тим, що реалізація ЛЗ має сезонний характер і залежить від пори року, а також залежить від виявлення збудників хворіб таких як Covid-19.

В період пандемії відбулось падіння продажів ін'єкційних препаратів для лікування серцевосудинних, неврологічних захворювань тощо. Багато лікарень перепрофільовані під приймання хворих на Covid-19, всі планові операції та лікування хронічних захворювань були на деякий час призупинені, що зменшило попит на значну кількість препаратів.

З початком повномасштабного вторгнення різко збільшився попит на ЛЗ й в певний момент підприємства-дистриб'ютори та виробники не могли забезпечити наявний попит, внаслідок чого значна кількість ЛЗ імпортувалася з-закордону [13]. Особливо актуальними стали протизастудні, знеболюючі, антигістамінні, для лікування органів шлунково-кишкового тракту і т.д. Тож, фармацевтичні підприємства перебувають в постійній зоні ризиків серед яких найбільш вагомими є [14]:

- війна (найбільш впливовий ризик);
- ризик зміни правового середовища (в т.ч. податкової політики);
- ризик кризових явищ на фінансовому ринку;
- ризик, пов'язаний зі змінами кон'юнктури ринку, цей ризик є передбачуваним та регулярно відслідковується;
- макроекономічні та форс-мажорні ризики (пандемія Covid-19) та інші.

Ринок ЛЗ має обмежені можливості доступу на нього нових учасників, за рахунок існування таких бар'єрів:

- адміністративні, встановлені Ліцензійними умовами впровадження господарської діяльності;
- економічні, пов'язані з суттєвими витратами або значними обсягами інвестицій;
- організаційні, які пов'язані з стратегіями поведінки значущих суб'єктів господарювання, які діють на ринку.

Українці не переставали купувати ліки, у тому числі для того, щоб потім задонейтити їх на потреби військовим. Попит на медикаменти змінювався, виходячи з рівня загострення війни, масових новин, що турбували найбільше, а також від окупації та деокупації територій України.

Люди з хронічними хворобами серця купували медикаменти понаднормово вже від перших годин вторгнення. В лютому та березні проданих препаратів для серця було на 13% більше, ніж в січні 2022-го. Аналогічна ситуація була і з гормональними препаратами, +20% у лютому, порівняно з січнем (рис.2.15).

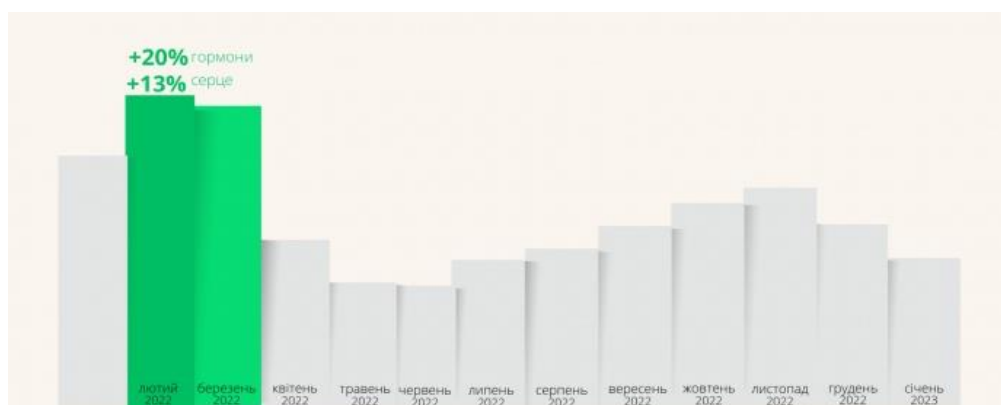


Рис. 2.15. Динаміка споживання серцево-судинних препаратів

Ті, хто мають діабет не можуть без інсуліну та інших необхідних ліків, оскільки саме такі хворі залежні від регулярності прийому. Тому, вони купували ліки усіма можливими способами. У списках волонтерів на пошук ліків, інсулін був найпершим. В березні піковий показник склав +25%, порівняно з січнем (2.16).

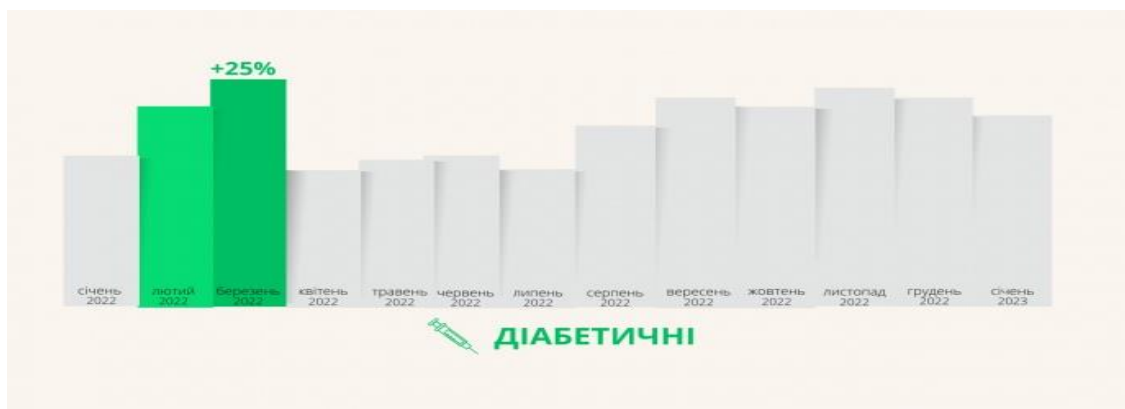


Рис.2.16. Динаміка споживання діабетичних препаратів

Хвиля новин про ядерний удар активно пронеслась українським інформаційним простором у період з липня до жовтня 2022 року. Основна порада експертів: "Вживати калій йодид після офіційного оповіщення про загрозу викиду та потребу у проведенні йодної профілактики". Отож, українці масово почали купувати всі йодовмісні ліки, підвищивши попит на продукцію в 3 рази у серпні, порівняно з липнем. Це був рекордний спалах з часів Чорнобильської катастрофи (рис.2.17.)



Рис. 2.17 Динаміка споживання йодомісних препаратів

Щодо основних категорій: ознакою 2022 року було суттєве збільшення питомої ваги апаратури та виробів медичного призначення (з 26 до 39% - у грошовому вимірі) у сегменті державних закупівель, що відповідно зменшило частку лікарських засобів з 79 до 53% у цьому сегменті, а на всьому ринку – із

79 до 74% (частки на роздрібному ринку залишилися без суттєвих змін) (рис. 2.18).

Серед виробів медичного призначення особливо зріс обсяг хірургічних матеріалів, товарів для догляду за ранами тощо.

Основними чинниками скорочення споживання і зменшення обсягу ринку стало зменшення кількості населення на підконтрольних територіях, а також заміщенням через канал гуманітарної допомоги, зменшення купівельної спроможності в роздрібному сегменті та змінами попиту.

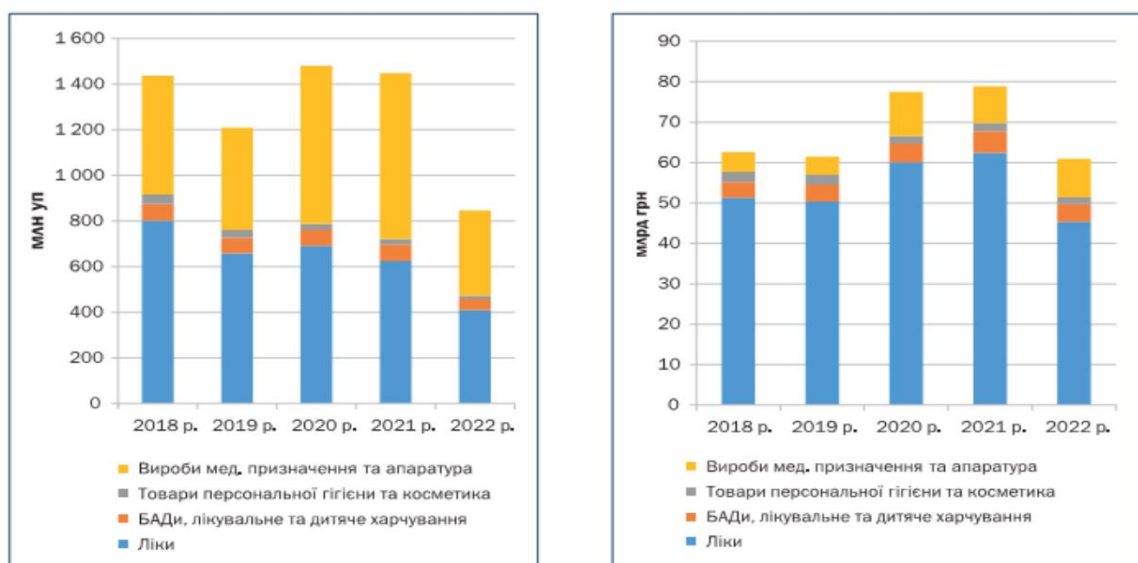


Рис. 2.18. Динаміка ринку в грошовому та натуральному вимірі

Реальне споживання на ринку може бути більшим, ніж дані продажів: окрім звичайних каналів, під час війни дуже суттєвим стало надходження як лікарських засобів, так і широкого спектра апаратури, виробів медичного призначення та засобів догляду як гуманітарної допомоги. Наприклад, надходження антибіотиків у певні місяці за каналом гуманітарної допомоги перекривало понад половину середньомісячних закупівель. Заміщення регуляторних продажів відбувалося не лише в сегменті державних закупівель, але й у роздрібному сегменті (у тому числі за допомогою мобільних бригад, яким вдалося доставляти ліки навіть до складнодоступних територій).

Попри всі складності, державна частка у фармацевтичному ринку в 2022р. продовжували зростати. В цілому на ринку доля державних закупівель і реімбурсації становило сумарно 36%, та 33% лікарських засобів (рис. 2.19).

У категорії лікарських засобів зниження було більш вираженим у роздрібному сегменті (-37% у натуральному і -28% у грошовому вимірі), ніж у сфері державних закупівель (-26% и -21% відповідно), що також зменшило частку держави до 33%.

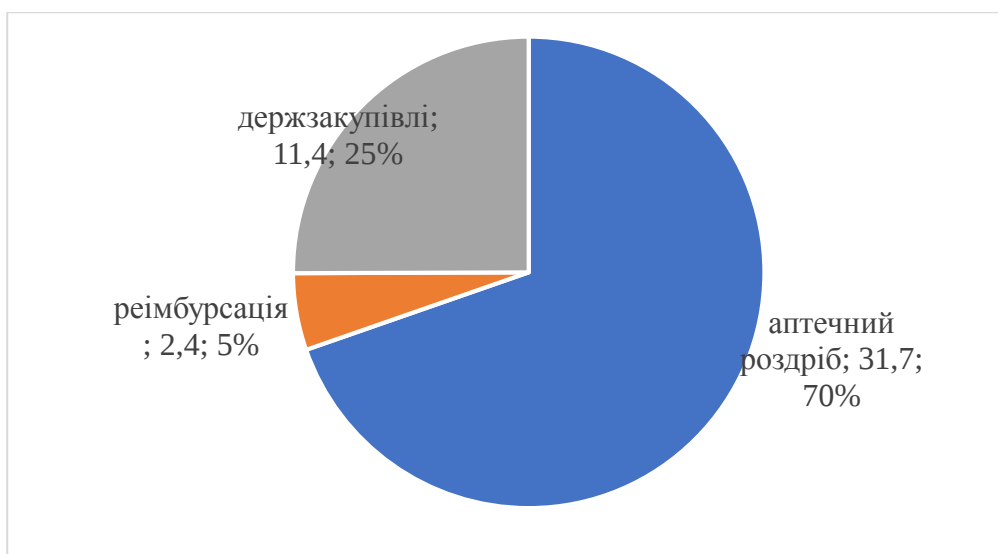


Рис. 2.19 Ринок лікарських засобів за каналами

Загальний обсяг ЛЗ у 2022р. становив приблизно 46 млрд. грн. Незважаючи на складну ситуацію держава збільшила бюджетну підтримку, завдяки чому вже майже третина всього ринку ЛЗ має державне фінансування. Також збільшилася частка реімбурсаційних виплат за рахунок програми «Доступні ліки» за такими категоріями як цукровий діабет (інсиліни) та «розлад психіки та поведінки».

Важливо також зазначити, що після суттєвих коливань протягом перших місяців війни частка вітчизняних виробників продовжувала збільшуватися і досягла 72% у натуральному та 38 в грошовому вимірі. При цьому частка вітчизняних виробників суттєво різниться за каналами: від 69% у закупівлях лікарень, 41% у регіональних закупівлях, 37% у роздрібному сегменті, 19% у

закупівлях Центральної закупівельної агенції «Медичні закупівлі України», до 4% у центральних тендерах міжнародних закупівельних організацій.

Суттєвих змін у ТОП-10 на роздрібному ринку не відбулося. Компанія «Фармак» утримує лідерство, до неї впритул наблизилася «Дарниця», посунувши «Санофі». Також покращили свої позиції Асіпо, КРКА, «Київський вітамінний завод». Натомість позиції компаній «Тева», «Артеріум» тощо навпаки знизилися (табл. 2.1).

В сегменті бюджетних закупівель першість залишається за компанією Sinovac, після неї мінімальним відривом йде «Юрія -Фарм». Значно знизили свої позиції в рейтингу бюджетних закупівель «Фармак», «Група Здоров'я», «Артеріум».

Таблиця 2.1.

Фармацевтичні компанії за долею ринку

Компанії	2021		2022		Порівняння з 2021
	%	місце	%	місце	
Фармак	6,24	1	5,36	1	
Дарниця	3,06	6	4,13	2	
Юрія-Фарм	3,74	3	3,71	3	
Артеріум	3,44	4	3,3	4	
Санофі	4,34	2	3,07	5	
Новартіс	2,24	9	2,79	6	
Група Здоров'я	3,15	5	2,78	7	
Асіпо	2,35	8	2,64	8	
Тева	2,54	7	2,61	9	
Sinovac	0		2,57	10	
КРКА	2,03	15	2,26	11	
Кусум Фарм	2,22	10	2,16	12	
Київський вітамінний завод	1,8	17	2,14	13	
Berlin-Chemie	2,05	14	2,06	14	
Група Серве	1,72	18	2,02	15	
Bayer HealthCare	2,07	12	1,98	16	
Novo Nordisk	1,55	21	1,73	17	
Pfizer Incorporated	1,88	16	1,71	18	
Група компаній Лекхім	1,71	19	1,71	19	
Рош	2,19	11	1,66	20	

В асортименті ринку продовжилося зменшення обсягу продажів та частки ринку характерних для періоду пандемії ін'єкційних антибіотиків, антитромботиків та глюкокортикоїдів. Збільшилося споживання інфузійних розчинів, гемостатиків, наркотичних анальгетиків, анксиолітиків та психолептиків, наркотичних анальгетиків тощо. Також збільшилося споживання антигіпертензивних препаратів. Дещо змінилася структура продажів онкологічних препаратів (завдяки суттєвим надходженням цільової гуманітарної допомоги та державним закупівлям) (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2

ТОП 15 серед АТС

	2021		2022		Порівняння з 2021
	%	місце	%	місце	
Протипухлинні	3,3	7	5,4	1	
Протизапальні, протиревматичні	5	2	5,1	2	
Системні антибактеріальні засоби	8,6	1	5,1	2	
Препарати що застосовуються при цукровому діабеті	4,3	4	4,4	4	
Препарати від кашлю та застуди	4,3	5	3,8	5	
Засоби що діють на ренін- ангіотензинову систему	3	8	3,6	6	
Антитромботичні засоби	4,8	3	3,5		
Вакцини	1,1	31	3,3	8	
Анальгетики	2,7	9	3,1	9	
Розчини для внутрішньовенного ведення	2,6	10	2,9	10	
Психоаналептики	2,3	12	2,6	11	
Психолептики	2,2	13	2,5	12	

Серцева терапія	2,3	11	2,4	13	
Система згортання крові	2,1	16	2,4	14	
Засоби проти метеоризму та проти виразки	2,2	14	2,2	15	

Незначна частка фармацевтичної дистрибуції в аптечному роздрібному сегменті належать Оптіма -Фарм, БаДМ, Вента. Попри складнощі воєнного стану, дистриб'ютори ефективно охоплюють більшість території. В особливо небезпечних місцях ліки та інші фармацевтичні товари доставляють волонтери та мобільні бригади.

Стосовно регіонального розподілу, слід зазначити, що збільшилася частка споживання в західних та де-яких центральних регіонах, й відповідно скоротилася на сході.

Чимало несприятливих чинників 2022 року призвели до певного переформатування фармацевтичного ринку і суттєвого його скорочення. Так, обсяг аптечної (основної) частини ринку за минулий рік у натуральному обчисленні зменшився на 29%. Найбільших втрат зазнав сегмент медичних виробів, в упаковках він не дорахувався 46%. І лише внаслідок інфляції втрати для бізнесу виявилися менш болісними.

Також слід зазначити, що в період з 24 лютого до кінця березня українці не купували ліки онлайн. На це вплинули проблеми із наявністю доставки кур'єром, відсутність світла в тих регіонах, де були активні бойові дії. Також, клієнти тоді не були впевнені, чи будуть аптеки працювати і далі, чи зможуть вони забрати ліки, замовлені на сайті, тому купували офлайн у відкритих аптеках.

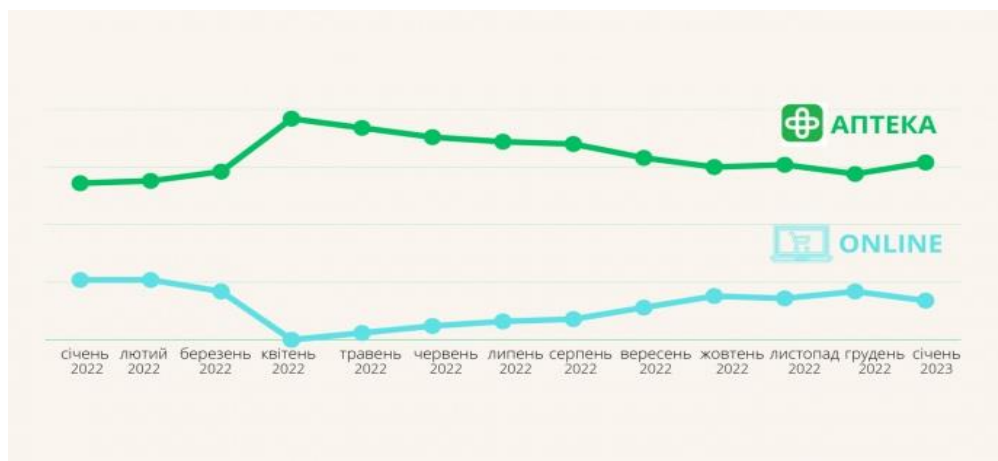
Тенденція покупок онлайн на сайті аптеки чи партнерських сайтах почала рости вже з травня, а у вересні повернулася до довоєнних показників.

Тож сучасне діджитальне покоління продовжує робити покупки онлайн та замовляти доставку ліків додому. Проте, доля тих, хто звик отримувати

очну консультацію фармацевтів в аптеці, як і раніше залишається значно вищою. Тому про тотальний фармацевтичний перехід в онлайн говорити зарано.

Фармацевтичний ринок України від початку війни на рівні з об'єктами критичної інфраструктури ні на день не припинив роботу. Серед фармацевтів знайшлося багато героїв, які навіть під обстрілами виходили і продавали необхідні ліки.

Аптеки беруть активну участь у благодійності та донатають на потреби тих, хто цього потребує. Так, за рік війни Аптека Доброго дня надала понад 12 млн грн допомоги, а саме 7,2 млн грн на потреби ЗСУ та безкоштовно забезпечила ліками військових і тих, хто цього потребував на суму понад 4,5 млн грн. Також, компанія приєдналась до проєкту "Тактична медицина для захисників" від благодійного фонду "Сергія Притули", де протягом трьох місяців надала 500 тис грн для навчання військових. В рамках проєкту пройшли навчання тактичної медицини близько 7 тис військовослужбовців.



2.20. Динаміка аптекних продажів за місяцями 2022р.

Від вересня український фармацевтичний бізнес повністю налаштувався на довоєнний ритм. Там, де були порушення через військові дії не лишились і сліду, бо бізнес оновився і далі продовжує рухатись, розвивати сервіси, відкривати нові точки.

За останні 12 місяців Аптека Доброго Дня реставрувала та перевідкрила аптеки в Ірпені, Бучі, Дніпрі та Харкові.

2.3. Оцінка виробників фармацевтичної продукції

У 2022 році фармацевтичний ринок зазнав суттєвого падіння обсягів продажів і зростання собівартості продукції. Ринок скоротився на 42% за обсягом і на 23% за грошима. Однак водночас багато компаній, особливо лідери у своїх сегментах, поліпшили свої фінансові показники порівняно з 2021 роком (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Прибуток і збиток основних сегментів фармацевтичного ринку у 2022 році

№	Сегмент	Прибуток, млрд. грн	Збиток, млрд. грн
1	Оптова торгівля фармацевтичними товарами	8	2,6
2	Виробництво фармацевтичних препаратів та матеріалів	4,5	0,6
3	Роздрібна торгівля фармацевтичними товарами в спеціалізованих магазинах	1	0,2

Сумарний прибуток учасників у кожному з трьох основних сегментів ринку значно перевищує збитки. Такий результат цілком зрозумілий. В умовах війни ліки стають товарами першої необхідності, часто люди купують їх на останні гроші. Різко зросло постачання медикаментів для Сил оборони. Великі закупівлі здійснюють волонтери та лікарні. Усе це компенсувало втрати ринку, пов'язані з фізичним знищенням активів та їх втратою через окупацію, а також виїздом значної частини українців за кордон.

Війна змінила структуру продажів на фармацевтичному ринку. Наприклад, значно впали продажі БАДів і вітамінів (до 44%). Менше стали купувати протизастудні та противірусні препарати, антитромботичні препарати, які використовуються під час лікування ковіду. Найбільший попит спостерігається на препарати для лікування хронічних захворювань, седативні та знеболювальні препарати.

Лідирують за обсягами продажів лікарських засобів на українському ринку у 2022 році «Фармак», «Дарниця» та Acino (рис. 2.21).

Різка зміна курсу валют у липні 2022 року суттєво вплинула на фінансові показники учасників ринку, оскільки багато препаратів імпортуються, а виробники закупають значну частину сировини та упаковки за валюту.

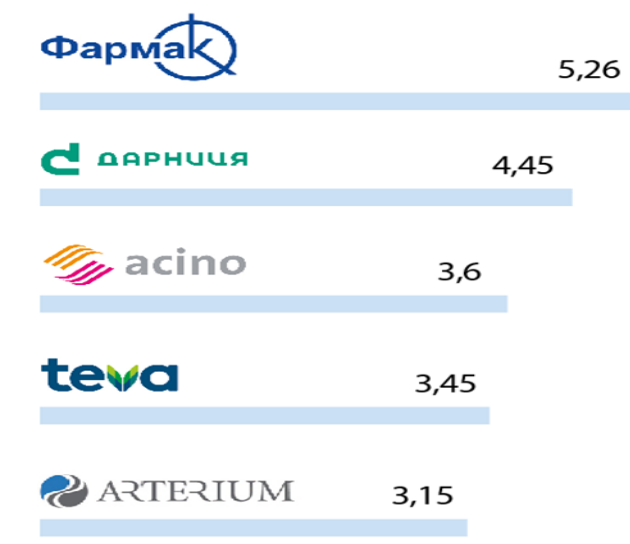


Рис.2.21 Частка ринку ТОП-5 компаній за обсягами аптечних продажів лікарських засобів у 2022 році, %

Розглянемо вплив цих та інших факторів на учасників кожного з основних сегментів фармацевтичного ринку (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Топ-10 компаній оптової торгівлі фармацевтичною продукцією за прибутком в 2022 році

№	Компанія	Виручка, млрд грн	Чистий прибуток, млрд грн
1	Оптіма-Фарм	44,3	2,2

2	БадМ	44,6	1,9
3	Delta Medical	2,2	0,4
4	Гледфарм	2,5	0,4
5	Асино Україна	3,6	0,3
6	Лекхим	2,9	0,2
7	Вента	9	0,2
8	ORGANOSYN	0,9	0,2
9	Медичний центр «М.Т.К.»	3,1	0,1
10	Реабілітаційний центр «Візаві»	0,8	0,1

За рік доходи "Оптима-Фарм" впали в 1,05 раза, але чистий прибуток зріс у 2,9 раза. За даними Опендатабот, на сьогодні компанія взяла участь у 473 тендерах на поставку лікарських засобів. Минулого року вони принесли їй 604 млн грн, а з початку 2023 року - вже 226 млн грн. Основним замовником цих закупівель є Київська міська державна адміністрація (524 млн грн).

За даними аналітиків, у 2022 році "Оптима-Фарм" стала найбільшим фармдистриб'ютором у країні. Колишній лідер БадМ через бойові дії позбувся складу з продуктами під Києвом. Його дохід за рік впав у 1,15 раза, але прибуток збільшився у 2,8 раза. Компанія брала участь у 2 415 тендерах, але вони принесли їй менше грошей, ніж її основному конкуренту: 2022,12 млн грн у 3 році і 2023,1 млн грн у 7 році. Найбільший замовник (його назву приховано в реєстрі) заплатив 4,7 млн грн.

"Дарниця" продемонструвала вражаючий результат за підсумками року: дохід збільшився в 1,2 раза, а чистий прибуток - у 47 разів. Динаміка її основних конкурентів - "Фармака" і "Юрія-Фарм" - була протилежною. Їхня виручка знизилася в 1,2 раза, а прибуток - у 1,3 раза. При цьому за абсолютним прибутком ці компанії випереджають "Дарницю".

З початком повномасштабного вторгнення виробників ланцюжки поставок сировини було зруйновано, але вже за кілька місяців було налагоджено нові. Найбільших прямих збитків від бойових дій зазнав "Фармак", втративши склади з готовою продукцією та пакувальними матеріалами на 1,5 млрд грн.

Через зростання цін на сировину, збільшення витрат на енергію, витрат на енергетичну автономію і змін у ланцюжках поставок виробничі витрати значно збільшилися.

За підсумками 2022 року Фармацевтична фірма "Дарниця" збільшила експорт на 38,9% до 285 млн грн. У натуральному вираженні продажі за кордон зросли в 1,5 рази, незважаючи на логістичні та інші складнощі, пов'язані з війною. Компанія експортує ліки в 14 країн світу і має понад 250 реєстрацій лікарських засобів за кордоном, зокрема, в Європі та Азії. При цьому у 2022 році Україна втратила майже чверть експорту ліків - 24%.

Висновки до розділу 2

1. Результати дослідження довели, що з початком війни скоротилася кількість аптек, на це випнуло три причини. По-перше, це території, де відбувалися обстріли, або окуповані, що загрожувало життю і здоров'ю як персоналу, так і відвідувачам. По-друге, проблеми з логістикою. По-третє, відсутність персоналу, але із цією проблемою допомогла держава, яка послабило вимоги до працівників аптек.

2. Доведено, що війна вплинула на споживання ліків. Попит на медикаменти змінювався, виходячи з рівня загострення війни, а також від окупації та деокупації територій України. Люди з хронічними хворобами серця купували медикаменти понаднормово вже від перших годин вторгнення. В лютому та березні проданих препаратів для серця було на 13% більше, ніж в січні 2022-го. Аналогічна ситуація була і з гормональними препаратами, +20% у лютому, порівняно з січнем. Стосовно хворих на діабет, слід зазначити, що вони купували ліки усіма можливими способами. У списках волонтерів на пошук ліків, інсулін був найпершим. В березні піковий показник склав +25%, порівняно з січнем.

3. За результатами соціологічного дослідження Аптеки Доброго Дня визначено, що спостерігався дефіцит на препарати лише в перший місяць

повномасштабного вторгнення. Цьому слугували 2 причини: логістична нестабільність та понаднормова кількість куплених ліків у перші дні війни.

4. Доведено, що в структурі споживання зафіксоване значне збільшення частки антибіотиків у загальній структурі аптечного продажу, що пов'язано із запровадженням відпуску цих препаратів виключно за рецептом лікаря із серпня 2022 р., і населення робило запаси цих препаратів. Однак із введенням їх рецептурного відпуску з 1.08.2022 р. обсяги споживання суттєво зменшилися.

5. Доведено, що Україна скоротила імпорту ліків 2022 року на 38% - уперше за попередні п'ять років обсяг імпортованих у країну ліків збільшився на 90%. Найбільшими країнами-постачальниками в Україну залишаються Німеччина, Індія та Франція. У 2022 році Україна втратила майже чверть експорту ліків - 24%. Виробники фармацевтичної продукції позбулися багатьох складів і виробничих потужностей, ціни на сировину зросли разом із логістичними проблемами.

6. Доведено, що попри всі складності, державна частка у фармацевтичному ринку в 2022р. продовжували зростати. В цілому на ринку доля державних закупівель і реімбурсації становило сумарно 36%, та 33% лікарських засобів.

7. Визначено, що суттєвих змін у ТОП-10 на роздрібному ринку не відбулося. Компанія «Фармак» утримує лідерство, до неї впритул наблизилася «Дарниця», посунувши «Санофі». Також покращили свої позиції Асіпо, КРКА, «Київський вітамінний завод». Натомість позиції компаній «Тева», «Артеріум» тощо навпаки знизилися. В сегменті бюджетних закупівель першість залишається за компанією Sinovac, після неї мінімальним відривом йде «Юрія-Фарм». Значно знизили свої позиції в рейтингу бюджетних закупівель «Фармак», «Група Здоров'я», «Артеріум».

8. Визначено, що в період з 24 лютого до кінця березня українці не купували ліки онлайн. На це вплинули проблеми із наявністю доставки кур'єром, відсутність світла в тих регіонах, де були активні бойові дії. Також,

клієнти тоді не були впевнені, чи будуть аптеки працювати і далі, чи зможуть вони забрати ліки, замовлені на сайті, тому купували офлайн у відкритих аптеках.

9. Доведено, що війна змінила структуру продажів на фармацевтичному ринку. Наприклад, значно впали продажі БАДів і вітамінів (до 44%). Менше стали купувати протизастудні та противірусні препарати, антитромботичні препарати, які використовуються під час лікування ковіду. Найбільший попит спостерігається на препарати для лікування хронічних захворювань, седативні та знеболювальні препарати. Лідирують за обсягами продажів лікарських засобів на українському ринку у 2022 році «Фармак», «Дарниця» та Asino

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

3.1. Напрями підвищення конкурентоспроможності аптечних мереж

В сучасних умовах господарювання, для підвищення конкурентоспроможності і фінансової стійкості аптечних мереж важливого значення набувають нецінові чинники стимулювання споживачів, а якість фармацевтичного обслуговування. Лікарські засоби приносять користь тільки в умілих руках. Для того, щоб бути конкурентоспроможними, необхідно підвищити якість обслуговування або навіть запропонувати заходи, якими не користуються конкуренти. Сучасне бізнес-середовище, зокрема український фармацевтичний ринок, характеризується досить жорсткою конкуренцією, що спонукає операторів шукати нові ефективні методи підвищення конкурентоспроможності.

Слід зазначити, що Україна має один з найвищих показників в Європі, по забезпеченості населення аптеками. В середньому в нашій країні припадає 2 тис. жителів на один аптечний заклад. У такому висококонкурентному середовищі інноваційні питання стають актуальними з метою підвищення ефективності бізнесу. Закордонний досвід показує, що однією з необхідних вимог часу є автоматизація системи обліку аптеки, особливо зважаючи на умови сьогодення. З точки зору системи охорони здоров'я аптека – це заклад, що забезпечує населення необхідними лікарськими засобами.

З позиції бізнесу аптека являє собою комерційне підприємство зі складною структурою звітності, необхідністю підтримувати контакти з численними постачальниками, контролювати різні аспекти руху такого специфічного товару, як лікарські засоби. Таким чином, аптеки у процесі своєї діяльності регулярно стикаються з трудомісткими і затратними по часу бізнес-

процесами, а особливо: формуванням замовлення, обліком та підготовкою товарів до продажу, моніторингом неякісних лікарських засобів, управлінням запасами, виявленню дефектів, оптимальним переміщенням товарів між аптеками, відпуском препаратів споживачам. Відтак автоматизація цих процесів забезпечує бізнесу цілий ряд переваг та змогу бути конкурентоздатними на фармацевтичному ринку. Ідея використання автоматизованої системи обліку як невід'ємної складової комплексу заходів по підвищенню ефективності бізнесу була продиктована вимогами часу. Неефективне використання часу на всіх фазах виставлення рахунків для руху товарів, а також у процесі формування замовлень та роботи з постачальниками, є однією з ключових передумов автоматизації аптек.

На початковій стадії необхідно визначитися з постачальником певного виду послуг, за допомогою якого ця ідея може бути реалізована. На основі детального аналізу всіх пропозицій, враховуючи функціональність виставлених послуг та економічну доцільність, на нашу думку, в сучасних українських реаліях оптимальним є вибір програмного комплексу «Аптека» яка є системою обліку руху товарів.

Процес впровадження нової системи обліку займає всього один день. З перших же днів використання програмного продукту «Аптека» можна буде відзначити значну економію часу – завдання, на рішення яких раніше йшли години, будуть виконані за декілька хвилин. Програма також приверне увагу своїм простим інтерфейсом і зручним використанням, практично будь-яка операція виконуватиметься натисненням однієї клавіші.

Зрозуміло, що цей продукт створений зі знанням специфіки фармацевтичного бізнесу і максимально відповідає потребам фармацевтів. Запровадивши дану систему на підприємстві з'явиться можливість не тільки автоматизувати вирішення нагальних завдань, пов'язаних з рухом товарів, але і оптимізувати товарний асортимент. Зазвичай, аптеки працюють з декількома постачальниками одночасно, тому вхідний контроль продукції найчастіше пов'язаний з рядом труднощів, подолання яких неналежним чином загрожує

для аптеки великими неприємностями у відносинах з фіскальними, санітарними та іншими контролюючими службами держави.

Партійний облік дозволяє суворо контролювати залишки товарів, мінімізувати їх пересортування, усувати плутанину цін і серій однакових позицій. Завдяки коду партій можна буде простежити повний шлях конкретної упаковки від постачальника до покупця. Програмний продукт «Аптека» значно спростить перевірку проблемних позицій, забезпечивши можливість своєчасного відстеження строків придатності та реєстрації лікарських засобів, а також серій препаратів, заборонених до реалізації згідно з приписами Державної інспекції з контролю якості лікарських засобів МОЗ України. Таким чином, можна автоматично виключати потрапляння неякісного товару на аптечні полиці.

Як і будь-якій програмі, продукту «Аптека» притаманні не тільки переваги, але й недоліки. Мінусом є те, що ще не всі основні постачальники підключилися до системи електронного документообігу. Тому підприємство буде змушене мінімізувати співпрацю з постачальниками, які не працюють в онлайн-режимі, із-за економічної неефективності. Отже, оцінюючи соціальну значимість автоматизації аптеки, можна відзначити підвищення задоволеності клієнтів рівнем і швидкістю обслуговування, можливість впровадження індивідуальних дисконтних програм, що підвищують доступність фармацевтичної продукції для населення.

Природним наслідком при цьому є формування стійкої лояльності покупців до даної аптеки і підвищення ефективності бізнесу в цілому. Крім того, співробітники аптеки також відчують позитивний вплив переходу на нову систему обліку, яка поряд зі значною економією часу їм надала велику кількість нових можливостей для якісного виконання роботи.

Для підвищення конкурентоспроможності послуг в аптеках, нами запропоновано наступні пропозиції (рис.3.1):

Сервіс. Клієнти завжди цінують сервіс, а він починається з фармацевтичної етики. Кожен відвідувач очікує професійної поради і консультації від фармацевтичного працівника.

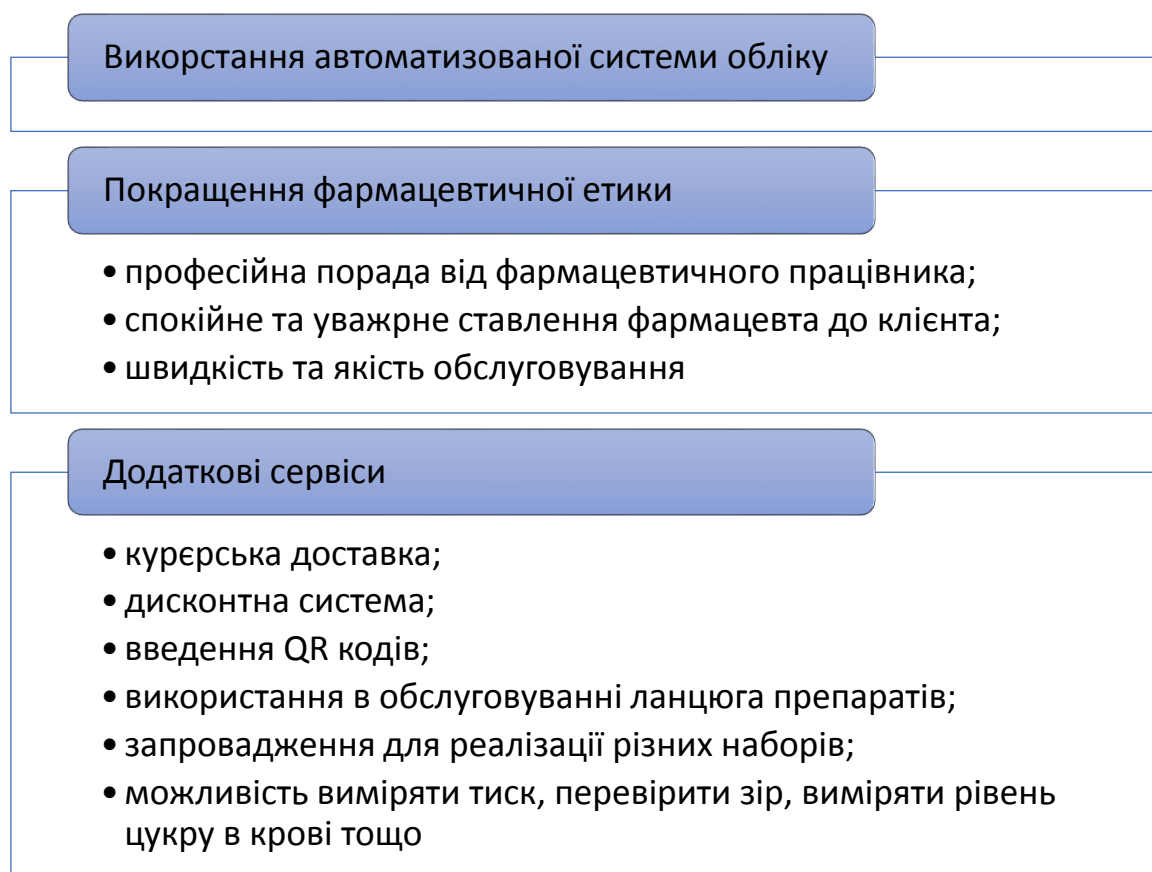


Рис. 3.1 Пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності аптечних закладів

Крім цього, важливим є уважне і спокійне відношення провізора до клієнта. Професійна етика фармацевтичного працівника ґрунтується на принципах професіоналізму, компетентності, об'єктивності, чесності, незалежності, гуманності, конфіденційності та індивідуальному підході до кожного пацієнта.

Також важливим фактором в підвищенні конкурентоспроможності аптеки є швидкість та якість обслуговування в аптеці. Фармацевтичне обслуговування зводиться до очікування пацієнтів в черзі, пошуку переваг у

лікарському забезпеченні порівняно з аптеками-конкурентами, опрацювання якісних стандартів обслуговування.

Сервіс 2.0. Сьогодні вже нікого не здивуєш безкоштовною можливістю поміряти тиск в аптеці. Як щодо швидкого тесту на вимірювання рівню цукру в крові? Звісно, що під наглядом фармацевта. Хвороба цукрового діабету є досить поширеною в наш час, а своєчасне її виявлення допоможе людям вберегти своє здоров'я і вчасно почати лікування. Або ж перевірка зору. Якщо раніше на погіршення зору починали скаржитися люди похилого віку, то сьогодні дана проблема є актуальною і серед молоді, гаджети дають про себе знати. Вчасне виявлення проблеми допоможе усунути її з мінімальними ризиками або ж уповільнити процес погіршення зору.

В магазинах/салонах краси на стійці адміністратора чи касі часто пропонують пригоститись цукерками. В аптеці буде доречно пропонувати клієнтам взяти контрацептиви, з метою захисту від хвороб, що передаються статевим шляхом, або ж у період пандемії – одноразові маски чи антисептики.

Психологічний вплив. Одним із головних завдань провізора є в першу чергу заспокоїти людину, якщо це необхідно, зміцнити віру пацієнта в його одужання, цілющу силу ліків, фармацію та медицину в цілому. Для цього працівник окрім професійних навичок, має володіти і методами психологічного впливу на людей та правильно будувати і регулювати взаємовідносини з відвідувачами.

Виготовлення препаратів. Досить великим попитом користуються препарати, котрі виготовляються провізором під замовлення. Надання такої послуги буде величезним плюсом для аптеки серед конкурентів.

Ланцюг препаратів. Відомий і добре працюючий прийом, який варто запровадити в аптеці: антибіотик + пробіотик, системний препарат + топічний і так далі. Іноді така пропозиція народжується і сама по собі, оскільки часто відвідувач не знає, розгублений або не може згадати, що йому потрібно (наприклад, купуючи розчин для внутрішньо венного або внутрішньо м'язового введення, він забуває, що потрібен шприц тощо). В першу чергу

варто думати про вигоду клієнта, пропонуючи ланцюг препаратів, а також показати, що таким чином ви піклуєтесь про клієнта. Головне не «перегнути палицю» і щоб турбота не перетворилася в нав'язування, цього треба вчитися.

Набори. Різні набори, наприклад, чай + чашка, борошно для випічки + розпушувач тощо, давно стали хітами продажів. Подібний прийом варто взяти на озброєння і аптеці. Набори – перевірена успішна тактика, вони привертають увагу відвідувача, особливо в аптеках з відкритою викладкою. Більш того, в аптечному закладі їх купують охоче, оскільки довіряють якості. Що правда це більше стосується нефармацевтичних товарів. Ідей маса: зубна щітка + паста або нитка (це просто зручно), шампунь + кондиціонер + маска для волосся (може бути і подарунком), сонцезахисний крем + вершки, що закріплюють засмагу і дорожня аптечка (сезонні набори), набори для новонароджених тощо. Вже сформовані набори більше привертають увагу покупців, адже являються вигіднішою пропозицією, що цінують клієнти.

Цінова політика та дисконтна система. Це визначальний фактор для людей похилого віку та інших малозабезпечених груп населення. Водночас низькі ціни змушують задуматися про підробку та невиправдану економію на власному здоров'ї. Зазвичай покупці шукають не аптеку з низькими цінами, а необхідний препарат, який може коштувати дешевше в дорогій аптеці, ніж у дешевій.

Для привернення уваги покупців розробляється система знижок, яка «прив'язує» покупця до певного місця. Це може бути як фіксована знижка, так і накопичувальна. Проте ми радимо постійно вносити корективи в дану систему, або ж чергувати, для стимулювання інтересу споживачів, а також вдосконалюватися та розвиватися у власній справі.

Повнота асортименту. Одним із основних критеріїв вибору аптеки серед споживачів є можливість придбати все необхідне в одному місці. Звісно, що не існує аптек, де можна придбати абсолютно все, але необхідно намагатися максимально до цього наблизитися, мати в асортименті найпопулярніші товари і пропонувати аналоги.

Сезонний асортимент. З настанням нової пори року, люди стикаються з сезонними хворобами чи проблемами. Осінь, зима – вірусні респіраторні хвороби, весна – алергії на цвітіння, літо – надокучання комах. Ми радимо аптекам відповідно до сезону мати достатню кількість ліків та навіть у надлишку.

Інтер'єр. Підхід до інтер'єру аптек у відвідувачів різний і всім вгодити важко. Проте опитування показують, що людям хочеться заходити у затишне та добре освітлене приміщення, зі зручним і красиво оформленим входом, який до всього облаштований пандусом, важливо, щоб були зручно розташовані вітрини, у персоналу був наявний фірмовий одяг, торговий зал був чистим та просторим.

Додатковий імідж аптекам створюють функціональне розміщення меблів, таких як диванчики, крісла, стільці, а для покупців це буде чудовим місцем, де можна відпочити чи дочекатися своєї черги.

Особливості мерчандайзингу. Розумний виклад товарів на вітрині забезпечить вам 50% продаж щодня. Основним стереотипом поведінки відвідувачів аптеки є те, що вони в першу чергу звертають увагу на товари, що знаходяться на рівні їхніх очей та дивляться завжди з ліва на право. Тож препарати, що розміщені в центральній частині вітрини і розташовані з правої сторони, мають більше шансів бути побаченими і купленими. Для цього вітрини мають бути гарно освітленими та на кожному товарі має бути вказана ціна, яку гарно видно покупцеві.

Режим роботи. Довжина робочого дня фармацевтичного закладу в першу чергу залежить від його місця розташування. Якщо аптека розташована поблизу житлового комплексу, то ми радимо зробити робочий день не менше як 14 годин. Відкриватися рано і закриватися пізно. Якщо заклад розташований поблизу лікувального закладу – радимо підлаштовуватися під графік роботи останнього. Проте найвдалішим та найвигіднішим рішенням, на нашу думку, є цілодобовий графік роботи.

Приєднання до сайту Tabletki.ua. Спочатку ресурс був створений для надання необхідної інформації про лікарські засоби, або щоб дізнатися інструкцію застосування від виробника. Згодом він став найбільшим порталом, створеним для пошуку та бронювання фармацевтичної продукції в Україні. За допомогою даного сайту люди можуть ознайомитися з наявністю лікарських засобів в аптечних закладах на території України (відповідно тих, які приєдналися до системи), проаналізувати ціни та зробити найвигідніше для себе онлайн замовлення, з будь-якого міста, яке буде доставлене у найближчу зручну точку видачі. Сайт має зручний інтерфейс, легкий у використанні. Вам необхідно ввести назву товару, який шукаєте, обрати своє місто, проаналізувати запропоновані товари та ціни і замовити. У разі, якщо ви хочете придбати товар прямо в аптеці, то на сайті можна побачити місцезнаходження аптек та графіки їх роботи.

Введення QR кодів. Особливо актуально в період пандемії. 75% клієнтів даної аптеки мають доступ до інтернету, а значить мають змогу зробити замовлення препаратів та товарів online. Після того, як клієнт сформує своє замовлення на сайті аптеки, він отримає унікальний QR код. Прийшовши в аптеку людина повинна буде відсканувати QR код і матиме змогу швидко забрати вже спаковане своє замовлення. За допомогою такого нововведення ми зможемо скоротити час перебування людей в аптеці, а також знизити ризик інфікування як клієнтів, так і працівників.

Кур'єрська доставка. Замовлення, сформовані на сайті аптеки можуть бути доставлені кур'єром прямо до дверей замовника, за умови, що воно було оплачене онлайн, карткою. Також, для прикладу, за умови, що замовлення перевищуватиме суму 500* грн (*суму встановлює аптека на власний розсуд) – доставка кур'єром буде безкоштовною. Оскільки люди люблять «шару», а таких більше 60%, навіть якщо їм і не потрібні ліки або товари на таку суму, вони захочуть добрати на суму 500 грн, тільки щоб їм безкоштовно доставили замовлення додому. Але для того, щоб створити якісне обслуговування в аптеці, необхідно налагоджувати систему і з середини.

Пропонуємо менеджерам впроваджувати і такі методи (рис 3.2):

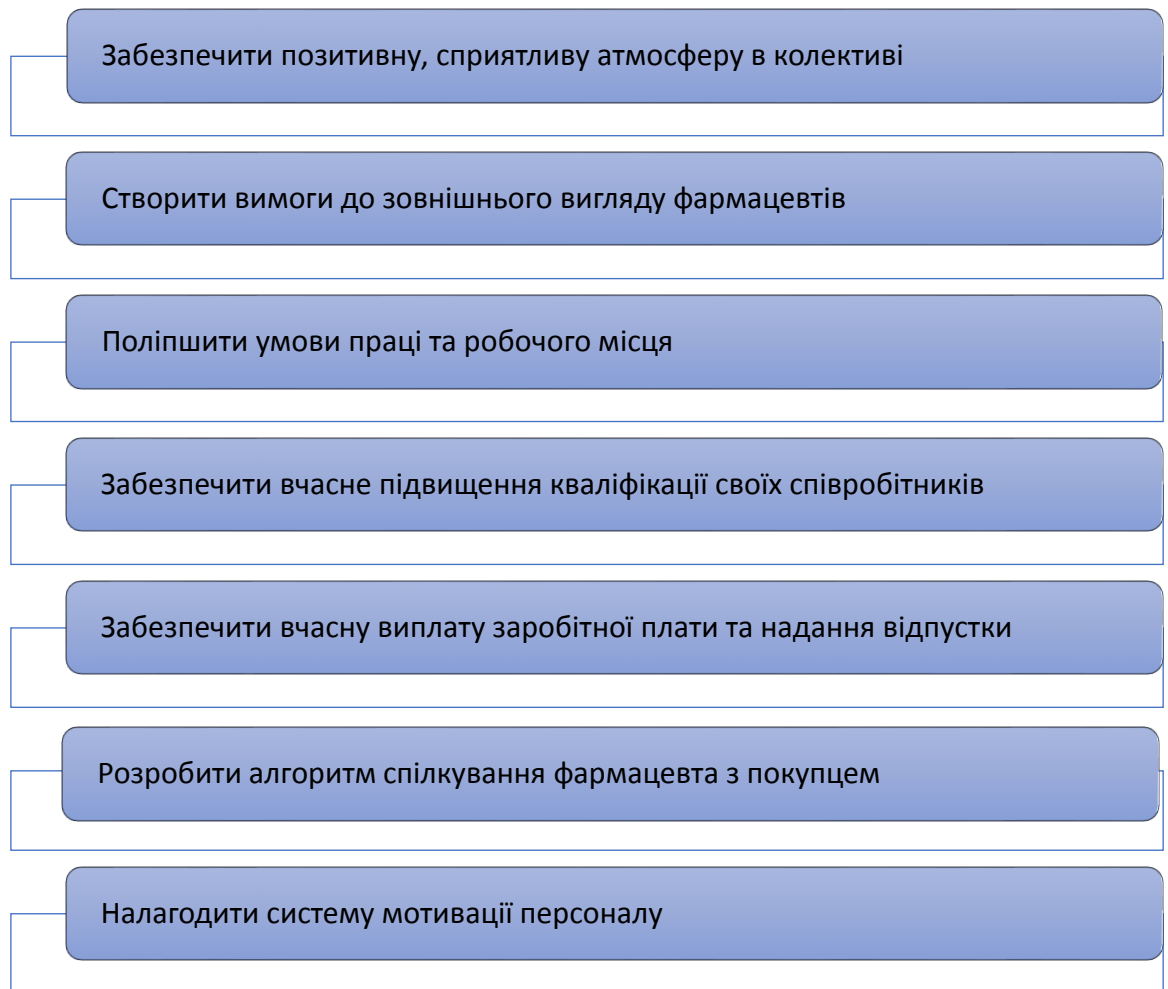


Рис. 3.2. Пропозиції для керівництва аптечних закладів щодо підвищення конкурентоспроможності

- забезпечити позитивну, сприятливу атмосферу в колективі;
- створити вимоги до зовнішнього вигляду фармацевтів: уніформа (зазвичай це медичний халат, шапочка), охайна зачіска (зібране волосся для жінок, стрижка для чоловіків), стриманий макіяж та доглянуті руки – все це викликає довіру у покупців;
- налагоджена система мотивації персоналу забезпечить як персоналу, так і власникам даного бізнесу, плідно працювати заради спільної мети та отримувати кожному свою вигоду;
- необхідно розробити алгоритм спілкування фармацевта з покупцем (загальні фрази вітання, оригінальне прощання), відкритість та щирість

провізора у розмові, допоможуть максимально правильно обрати необхідний препарат;

- забезпечити вчасне підвищення кваліфікації своїх співробітників, відвідування ними відповідних тренінгів, курсів, семінарів дозволить якісніше виконувати свою роботу та дізнаватися про щось нове;
- поліпшення умов праці та робочого місця;
- забезпечити вчасну виплату заробітної плати та надання відпустки.

В сучасних умовах господарювання просто мати конкурентів на ринку – недостатньо, необхідно бути ще й конкурентоспроможним, вміти виділятися серед інших, пропонувати клієнтам щось нове, неординарне, не таке, як у всіх. Задоволення споживача є однією із вирішальних переваг на ринку серед конкурентів. Для налагодження конкурентоздатності фармацевтичного бізнесу необхідно працювати як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівнях.

Перш за все, на внутрішньому рівні, необхідно налагодити систему постачання товарів. Це допоможе фармацевтам з легкістю користуватися базою всіх лікарських препаратів і бачити кількість того чи іншого препарату на залишку. По-друге, підключаються чинники мотивації персоналу, задля плідної праці всього бізнесу і цілі на єдиний високий результат. По-третє, на зовнішньому рівні, покращується рівень обслуговування клієнтів за допомогою вище наведених пропозицій.

Серед основних шляхів підвищення конкурентоспроможності аптечних мереж можна запропонувати наступні:

1. Забезпечити виняткове обслуговування клієнтів

Оскільки великі/мережеві аптеки щосили намагаються забезпечити персоналізований догляд та індивідуальний підхід, можливо виграти у сфері обслуговування клієнтів. Найкращий спосіб забезпечити виняткове обслуговування - ставитися до пацієнтів так само, як ви ставитеся до сім'ї або друзів. Насправді, нещодавнє дослідження показало, що 100% пацієнтів вважають за краще, щоб із ними поводитися як із людиною, а не як із цифрою.

Необхідно: посміхнутися, зав'язати розмову і подарувати своїм пацієнтам незабутні враження. Крім того, що вони розповідають своїй сім'ї та друзям, пацієнти залишають позитивні відгуки у Facebook, Google і низці інших цифрових вітрин.

2. Відкриті сайти телеаптек

Якщо підтримка низьких експлуатаційних витрат може допомогти вашим аптекам процвітати, TelePharm - ваш рецепт успіху. Це проста у використанні програмна платформа з повним спектром послуг дозволяє вам економічно ефективно розширювати аптечні послуги. Відкриття пунктів віддаленої видачі або телеаптек у зручних місцях допомагає підвищити задоволеність пацієнтів і загальний стан здоров'я.

3. Спеціалізовані послуги

Аптеки великої мережі налаштовані на те, щоб бути машинами - машинами, які знову і знову дають один і той самий результат. Пропонуючи спеціалізовані послуги, ви надаєте своїм пацієнтам унікальну цінність, з якою мережеві магазини борються. Якщо аптека розташована в промисловій зоні, зосередьтеся на лікуванні астми та наданні послуг, що допомагають людям із проблемами дихання. Якщо в районі з великою кількістю старіючого населення, зосередьте свої зусилля на наданні допомоги літнім людям. Цю просту, але ефективну стратегію повинна використовувати кожна аптека.

4. спілкуйтеся зі своїми клієнтами

Дотепний слоган може стати відмінним маркетинговим інструментом, але в наші дні важливо залишатися на зв'язку з клієнтами за допомогою цифрових технологій.

Рекламна розсилка. Аптеки пропонують безкоштовне навчання діабету та щотижневі перевірки артеріального тиску. Попросіть пацієнтів зареєструватися (з адресами електронної пошти) в магазині і просувати майбутні пропозиції за допомогою електронного маркетингу. Існує безліч недорогих інструментів, які можуть допомогти скоординувати ваші зусилля по

електронній пошті та спрямувати вас по шляху, навіть якщо ви не експерт з електронного маркетингу.

Соціальні медіа. Згідно з опитуванням RxWiki, понад 68% фармацевтів вважають, що використання соціальних мереж справило певний позитивний вплив на їхній бізнес.

Соціальні мережі - це ваша цифрова вітрина, і ви повинні ставитися до неї відповідним чином! Переконайтеся, що все має гарний і чистий вигляд, використовуйте якісні фотографії та діліться актуальною інформацією зі своїми прихильниками та підписниками. Соціальні мережі - чудовий спосіб рекламувати акції - просто переконайтеся, що ви пропонуєте інформацію про продажі поряд з цінним освітнім контентом. Дайте вашим клієнтам привід полюбити вас!

5. Правило 80/20 (принцип Парето)

Щоб бути конкурентоспроможним, потрібно бути прибутковим. Щоб отримувати прибуток, вам необхідно оптимізувати свою стратегію щодо найцінніших клієнтів. Якщо 20 % вашої діяльності забезпечують 80 % вашого бізнесу, витратьте більше часу на максимізацію і вилучення того, що ви можете з цих 20 %. Іншими словами, зосередьтеся на тому, що працює.

3.2. Напрями розвитку фармацевтичного ринку України

На початку 2023 року основними проблемами української фармацевтичної промисловості є:

Брак навичок. В умовах воєнного стану, із-за міграції працездатного населення фармацевтичної галузі призвело до браку кваліфікованого персоналу. У фармацевтичній промисловості спостерігається сплеск попиту на посади, пов'язані зі STEM, але звіти показують, що поточний кадровий резерв на 14% нижчий за попит.

До цієї проблеми додається зміна в тому, як ми працюємо. Зростання віддаленої роботи викликало сплеск очікувань співробітників, і все більше

людей обирають організації, які пропонують гнучкі робочі схеми, гібридні налаштування та віддалені можливості.

Організації дедалі частіше шукають способи залучення й утримання кваліфікованих кадрів і зосереджуються на перекваліфікації, підвищенні кваліфікації та автоматизації, щоб розв'язати одну з найбільших проблем, які стоять сьогодні перед фармацевтичною промисловістю.

2 - Клінічні випробування надолужують згаяне. Для фармацевтичних компаній, які проводять клінічні випробування будь-чого, крім вакцин проти COVID-19, пандемія спричинила величезні перерви. І хоча основні наслідки пандемії відступають, ми все ще відчуваємо її вплив у міру наближення до 2023 року. Оскільки схвалення нових ліків залежить від успішних випробувань, це означало втрату приголомшливої кількості досліджень, розробки ліків і фінансування. У результаті як індустрія, так і ті, хто її фінансує, постраждали у фінансовому плані, і багато хто все ще намагається надолужити згаяне у своїх пробних програмах.

Компанії фармацевтичної галузі зараз звертаються до таких технологій, як штучний інтелект і віртуальні платформи, щоб або перезапустити, або відтворити випробування з меншою кількістю особистої взаємодії. Однак ця нова технологія має свою ціну - значно знижує або навіть зводить нанівець розмір прибутку.

3 - Збої в ланцюжку поставок. Хоча фармацевтична промисловість історично була захищена від збоїв у ланцюжках поставок через високий рівень запасів, практично у всіх секторах, особливо минулого року, виник широкий тиск у ланцюжках поставок, що обумовлено пандемією та воєнним станом.

Дані ABS за червень 2022 року показують, що понад два з п'яти підприємств (41%) стикалися з перебоями в ланцюжку поставок.

Як і раніше, існує сильна залежність від сировини з-за кордону, при цьому фармацевтичні компанії значною мірою залежать від імпорту з Китаю, а також звертають увагу на Індію для виробництва непатентованих ліків.

За даними Центру оцінки та досліджень лікарських засобів Управління з санітарного нагляду за якістю харчових продуктів і медикаментів США, на Китай та Індію разом припадає 31% зареєстрованих FDA об'єктів по всьому світу. Цей сильно залежний ланцюжок поставок, як і раніше, залишається однією з основних проблем, які постали перед фармацевтичною промисловістю, оскільки нестача ліків, що досягла піку під час пандемії, з великою ймовірністю збережеться і в 2023 році.

Багато фармацевтичних компаній прагнуть до інновацій у ланцюжках поставок і моделей замкнутих ланцюжків поставок, щоб розв'язати ці проблеми і підвищити стійкість бізнесу. Приклади включають встановлення надійних стосунків і мереж у ланцюжку поставок, щоб краще використовувати ринковий попит і перехід до моделей з двома або декількома джерелами, підтримуваними інтелектуальною технологією ланцюжка поставок.

4 - Культурний акцент на профілактику, а не лікування. Для людей загалом культурний зсув у бік запобігання, а не лікування багатьох хвороб є чудовою новиною. Однак для фармацевтичної галузі це означає серйозне скорочення фінансування - як державного, так і іншого.

У міру того, як нові розробки в галузі "лікування способу життя", як-от елімінаційна дієта, поліпшення умов сну і збільшення фізичної активності, стають звичайним явищем, споживачі відмовляються від ліків як основного лікування хвороб. З цією тенденцією приходить зниження обігу ліків і більше перешкод на шляху до отримання такого необхідного фінансування.

5 - Розробка нових ліків від невиліковних на даний час хвороб. Пошук ліків від невиліковних нині хвороб, таких як рак, хвороба Альцгеймера та епілепсія, є проблемою, з якою завжди стикалася фармацевтична промисловість. Швидкі рішення зустрічаються рідко, а дослідження і розробки - це довга гра. Розробка нових та інноваційних методів лікування вимагає постійних і значних інвестицій. Без нього буде важко досягти мети відкриття ліків, які працюють досить добре, щоб отримати суворе схвалення регулюючих органів.

Також слід зауважити, що в умовах військового стану, держава прийняла заходи щодо розвитку фармацевтики, а саме [7]:

відпуск рецептурних лікарських засобів (крім спеціальних рецептурних бланках за формою № 3,), які згідно з інструкцією для медичного застосування підлягають відпуску за рецептом, за кошти пацієнта та/або інших джерел, крім бюджетних коштів, може здійснюватися без рецепта лікаря;

суб'єкти господарювання, які мають ліцензію на провадження господарської діяльності з виробництва (виготовлення) лікарських засобів в умовах аптеки та/або роздрібної торгівлі лікарськими засобами, можуть здійснювати продаж лікарських засобів іншим суб'єктам господарювання, які мають ліцензію на провадження господарської діяльності з виробництва (виготовлення) лікарських засобів в умовах аптеки та/або роздрібної торгівлі лікарськими засобами, з правом їх подальшого продажу;

студенти усіх медичних і фармацевтичних спеціальностей отримали право працювати у фармацевтичних (аптечних) закладах.

Для мінімізації ризиків фармацевтичним підприємствам України рекомендуються наступні кроки:

- розробляти стратегії кризового управління. Фармацевтичні підприємства повинні мати плани дій для різних ризикових сценаріїв, включаючи війну, зміну правового середовища, кризові вища на фінансовому ринку, зміни кон'юнктури ринку і макроекономічні та форс-мажорні ризики;
- диверсифікувати бізнес-портфель. Потрібно розглядати можливість його, включаючи продукти для різних ринків та з різними рівнями ризику;
- розвивати партнерські відносини. Потрібно розглядати можливість співпраці з іншими підприємствами для зменшення ризиків та отримання взаємної підтримки в складних ситуаціях;
- розширювати географію присутності. Фармацевтичні підприємства повинні розглядати можливість розширення своєї географії присутності, включаючи відкриття нових ринків, щоб зменшити ризик від залежності від одного ринку;

- збільшувати ефективності виробництва. Потрібно зосередитися на збільшенні ефективності виробництва, щоб знизити витрати та підвищити прибутковість.
- виробляти продукти високої якості у відповідності до стандартів.

Висновки до розділу 3

1. Доведено, що в період воєнного стану існують певні обмеження щодо функціонування економіки країни, у тому числі і стосовно фармацевтичної галузі. Однак, що незважаючи на воєнний стан, фармацевтичні компанії України продовжують розвиватися, створювати нові ліки, надавати робочі місця і найголовніше забезпечувати населення важливими препаратами. До повномасштабної фази війни експорту української фарми заважали іноземні регуляторні обмеження, які було вкрай важко зняти. Але сьогодні світ змінився, й Україна посіла в ньому принципово нове місце. Наявні виробничі й наукові потужності, кваліфіковані кадри дозволяють швидкими темпами розширювати номенклатуру ліків в рамках державно-приватного партнерства та державних замовлень, що збільшить стійкість системи охорони здоров'я в умовах незвичайних станів.

2. Для підвищення конкурентоспроможності послуг в аптеках, нами запропоновано наступні пропозиції: використання автоматизованої системи обліку; покращення фармацевтичної етики (професійна порада від фармацевтичного працівника, спокійне та уважне ставлення фармацевта до клієнта, швидкість та якість обслуговування); додаткові сервіси (кур'єрська доставка, дисконтна система, використання в обслуговуванні ланцюга препаратів; запровадження для реалізації різних наборів тощо).

3. Для підвищення конкурентоспроможності мережі запропоновано менеджерам впроваджувати наступні методи: забезпечити позитивну, сприятливу атмосферу в колективі; створити вимоги до зовнішнього вигляду

фармацевтів: уніформа (зазвичай це медичний халат, шапочка), охайна зачіска (зібране волосся для жінок, стрижка для чоловіків), стриманий макіяж та доглянуті руки – все це викликає довіру у покупців; налагоджена система мотивації персоналу забезпечить як персоналу, так і власникам даного бізнесу, плідно працювати заради спільної мети та отримувати кожному свою вигоду; необхідно розробити алгоритм спілкування фармацевта з покупцем (загальні фрази вітання, оригінальне прощання), відкритість та щирість провізора у розмові, допоможуть максимально правильно обрати необхідний препарат; забезпечити вчасне підвищення кваліфікації своїх співробітників, відвідування ними відповідних тренінгів, курсів, семінарів дозволить якісніше виконувати свою роботу та дізнаватися про щось нове; поліпшення умов праці та робочого місця; забезпечити вчасну виплату заробітної плати та надання відпустки.

4. Для мінімізації ризиків фармацевтичним підприємствам України рекомендуються наступні кроки: розробляти стратегії кризового управління; диверсифікувати бізнес-портфель; розвивати партнерські відносини; розширювати географію присутності; збільшувати ефективності виробництва; виробляти продукти високої якості у відповідності до стандартів.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи вищенаведене, слід зробити наступні висновки:

1. Визначено проблеми розвитку фармацевтичного ринку в сучасних умовах, а саме збої в ланцюжку поставок; потреба в кваліфікованих кадрах; проблеми пов'язані зі зверненням до медичних працівників; безпека даних; стійкість до змін тощо.

2. Визначено прогалини правового забезпечення фармацевтичної політики держави, які особливо стали помітними в умовах війни.

3. Доведено, що завдання держави полягає в усуненні бар'єрів та мінімізації загроз на шляху розбудови фармацевтики та сприяння її зростанню, що полягає в розробці та реалізації Стратегії розвитку високотехнологічної індустрії лікарських засобів та медичних виробів в Україні до 2030 р.

4. Доведено, що з початком війни скоротилася кількість аптек, на це випнуло три причини. По-перше, це території, де відбувалися обстріли, або окуповані, що загрожувало життю і здоров'ю як персоналу, так і відвідувачам. По-друге, проблеми з логістикою. По-третє, відсутність персоналу, але із цією проблемою допомогла держава, яка послабило вимоги до працівників аптек.

5. Доведено, що війна вплинула на споживання ліків. Попит на медикаменти змінювався, виходячи з рівня загострення війни, а також від окупації та деокупації територій України. Люди з хронічними хворобами серця купували медикаменти понаднормово вже від перших годин вторгнення. В лютому та березні проданих препаратів для серця було на 13% більше, ніж в січні 2022-го. Аналогічна ситуація була і з гормональними препаратами, +20% у лютому, порівняно з січнем. Стосовно хворих на діабет, слід зазначити, що вони купували ліки усіма можливими способами. У списках волонтерів на пошук ліків, інсулін був найпершим. В березні піковий показник склав +25%, порівняно з січнем.

6. Визначено, що спостерігався дефіцит на препарати лише в перший місяць повномасштабного вторгнення. Цьому слугували 2 причини: логістична нестабільність та понаднормова кількість куплених ліків у перші дні війни.

7. Доведено, що в структурі споживання зафіксоване значне збільшення частки антибіотиків у загальній структурі аптечного продажу, що пов'язано із запровадженням відпуску цих препаратів виключно за рецептом лікаря із серпня 2022 р., і населення робило запаси цих препаратів. Однак із введенням їх рецептурного відпуску з 1.08.2022 р. обсяги споживання суттєво зменшилися.

8. Доведено, що Україна скоротила імпорту ліків 2022 року на 38% - уперше за попередні п'ять років обсяг імпортованих у країну ліків збільшився на 90%. Найбільшими країнами-постачальниками в Україну залишаються Німеччина, Індія та Франція. У 2022 році Україна втратила майже чверть експорту ліків - 24%. Виробники фармацевтичної продукції позбулися багатьох складів і виробничих потужностей, ціни на сировину зросли разом із логістичними проблемами.

9. Доведено, що попри всі складності, державна частка у фармацевтичному ринку в 2022р. продовжували зростати. В цілому на ринку доля державних закупівель і реімбурсації становило сумарно 36%, та 33% лікарських засобів.

10. Визначено, що суттєвих змін у ТОП-10 на роздрібному ринку не відбулося. Компанія «Фармак» утримує лідерство, до неї впритул наблизилася «Дарниця», посунувши «Санофі». Також покращили свої позиції Асіпо, КРКА, «Київський вітамінний завод». Натомість позиції компаній «Тева», «Артеріум» тощо навпаки знизилися. В сегменті бюджетних закупівель першість залишається за компанією Sinovac, після неї мінімальним відривом йде «Юрія-Фарм». Значно знизили свої позиції в рейтингу бюджетних закупівель «Фармак», «Група Здоров'я», «Артеріум».

11. Визначено, що в період з 24 лютого до кінця березня українці не купували ліки онлайн. На це вплинули проблеми із наявністю доставки кур'єром, відсутність світла в тих регіонах, де були активні бойові дії. Також, клієнти тоді не були впевнені, чи будуть аптеки працювати і далі, чи зможуть вони забрати ліки, замовлені на сайті, тому купували офлайн у відкритих аптеках.

12. Доведено, що війна змінила структуру продажів на фармацевтичному ринку. Наприклад, значно впали продажі БАДів і вітамінів (до 44%). Менше стали купувати протизастудні та противірусні препарати, антитромботичні препарати, які використовуються під час лікування ковіду. Найбільший попит спостерігається на препарати для лікування хронічних захворювань, седативні та знеболювальні препарати. Лідирують за обсягами продажів лікарських засобів на українському ринку у 2022 році «Фармак», «Дарниця» та Asіno.

13. Доведено, що в період воєнного стану існують певні обмеження щодо функціонування економіки країни, у тому числі і стосовно фармацевтичної галузі. Однак, що незважаючи на воєнний стан, фармацевтичні компанії України продовжують розвиватися, створювати нові ліки, надавати робочі місця і найголовніше забезпечувати населення важливими препаратами. До повномасштабної фази війни експорту української фарми заважали іноземні регуляторні обмеження, які було вкрай важко зняти. Але сьогодні світ змінився, й Україна посіла в ньому принципово нове місце. Наявні виробничі й наукові потужності, кваліфіковані кадри дозволяють швидкими темпами розширювати номенклатуру ліків в рамках державно-приватного партнерства та державних замовлень, що збільшить стійкість системи охорони здоров'я в умовах надзвичайних станів.

14. Для підвищення конкурентоспроможності послуг в аптеках, нами запропоновано наступні пропозиції: використання автоматизованої системи обліку; покращення фармацевтичної етики (професійна порада від фармацевтичного працівника, спокійне та уважне ставлення фармацевта до

клієнта, швидкість та якість обслуговування); додаткові сервіси (кур'єрська доставка, дисконтна система, викорситання в обслуговуванні ланцюга препаратів; запровадження для реалізації різних наборів тощо).

15. Для підвищення конкурентоспроможності мережі запропоновано менеджерам впроваджувати наступні методи: забезпечити позитивну, сприятливу атмосферу в колективі; створити вимоги до зовнішнього вигляду фармацевтів: уніформа (зазвичай це медичний халат, шапочка), охайна зачіска (зібране волосся для жінок, стрижка для чоловіків), стриманий макіяж та доглянуті руки – все це викликає довіру у покупців; налагоджена система мотивації персоналу забезпечить як персоналу, так і власникам даного бізнесу, плідно працювати заради спільної мети та отримувати кожному свою вигоду; необхідно розробити алгоритм спілкування фармацевта з покупцем (загальні фрази вітання, оригінальне прощання), відкритість та щирість провізора у розмові, допоможуть максимально правильно обрати необхідний препарат; забезпечити вчасне підвищення кваліфікації своїх співробітників, відвідування ними відповідних тренінгів, курсів, семінарів дозволить якісніше виконувати свою роботу та дізнаватися про щось нове; поліпшення умов праці та робочого місця; забезпечити вчасну виплату заробітної плати та надання відпустки.

16. Для мінімізації ризиків фармацевтичним підприємствам України рекомендуються наступні кроки: розробляти стратегії кризового управління; диверсифікувати бізнес-портфель; розвивати партнерські відносини; розширяти географію присутності; збільшувати ефективності виробництва; виробляти продукти високої якості у відповідності до стандартів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бочерикова Е. Категорийный менеджмент в аптеке. Как учесть все нюансы? Еженедельник Аптека. 2013. № 33 (904). С. 12.
2. Василенко І. Л. Вивчення конкурентоспроможності аптеки. Економічний вісник фармації. 2004. № 8. С. 1–8.
3. Гаврилюк В. Крупнейшие аптечные сети Украины по итогам 2020 года <https://retailers.ua/news/menedjment/11317-krupneyshie-aptechnyie-seti-ukrainyi-po-itogam-2020-goda>
4. Галковская Г. Аптеки и сети в контексте форм собственности. Очерк мировых трендов. Еженедельник Аптека. 2016. № 3 (1024). С. 10–11.
5. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник 6-те вид. Київ : Лібра, 2008. 720 с.
6. Гетьман О.О. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємства на засадах маркетингу : монографія. Дніпропетровськ : ДДФА, 2020. 208 с.
7. Грибкова Е. И., Курашов М. М. Маркетинговые коммуникации как фактор, повышающий конкурентоспособность аптечной организации. Ремедиум. 2011. № 11. С. 49–52.
8. Громовик Б. П. Теоретико-методологічні та прикладні засади логістичного управління фармацевтичними підприємствами [Текст]: автореф. дис. на здобуття наук, ступеня д-ра фарм. наук: спец. 15.00.01 «Технологія ліків та організація фармацевтичної справи» . Б. П. Громовик. К., 2005. 41 с.
9. Громовик Б. П. Фармацевтичний маркетинг: теоретичні та прикладні засади [Текст]: навч. посіб. [для вищ. навч. закл.]. Б. П. Громовик, Г. Д. Гасюк, О. Р. Левицька. Вінниця: Нова книга, 2004. 464 с.
10. Дергалюк Б.В. Перспективи розвитку підприємств фармацевтичної промисловості в Україні/ Б.В. Дергалюк, П.О. Шевчук // Економіка та суспільство. - Випуск # 38 / 2022.- Режим доступу: <file:///C:/Users/%D0%98%D1%80%D0%B0/Downloads/1323->

%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-1276-1-10-20220610%20(2).pdf

11. Дмитрик Е. Аптечный бизнес: Пути повышения эффективности. Еженедельник Аптека. 2013. № 25 (896). С. 12–13.
12. Дмитрик Е. Аптечный ритейл: инфраструктура и ключевые тенденции. Еженедельник Аптека. 2020. № 22 (1093). С. 12–13.
13. Дмитрик К. Инфраструктура аптечного ринку: еволюційний шлях консолідації роздрібного сегмента. Еженед. «Аптека». 2020. № 48. URL: <https://www.apteka.ua/article/575325>
14. Дмитрик Е. Инфраструктура аптечного ритейла. Подводим итоги 2020 г. Еженедельник Аптека. 2021. № 5 (1126). С. 12–13.
15. Дмитрик Е. Как развивается аптечный бизнес? Инфраструктура аптечного рынка Украины. Еженедельник Аптека. 2020. № 1005 (34). С. 40–43.
16. Дмитрик Е. Инфраструктура аптечного ринку: еволюційний шлях консолідації роздрібного сегмента № 48 (1269) 14 Грудня 2020 р.
17. Дербеньова Я. В. Потенціал підвищення конкуренто-спроможності фармацевтичної галузі України на національному і міжнародному ринках Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2017. № 10. С. 3–7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Piir_2017_10_3
18. Державний комітет статистики України Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
19. Карпенко Н.В. Маркетингові дослідження : навчально-методичний посібник. Полтава : Місто, 2019. 149 с.
20. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія] / за заг. ред. О.Б. Янкового. Одеса : Атлант, 2019. 470 с.
21. Котвіцька А. А., Сурікова І. О. Аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність вітчизняних фармацевтичних підприємств. Сучасні досягнення фармацевтичної технології : матеріали IV наук.-практ. конференції за міжнар. участю, м. Харків, 16–17 жовт. 2014 р. Харків, 2014. С. 166–167.

22. Мнушко З.Н., Діхтярева І.М. Менеджмент і маркетинг в фармації. Ч. І. Менеджмент у фармації : Підручник для студентів вузів. Харків : вид-во НФаУ: Золоті сторінки, 2017. 360 с.

23. Немченко О. А. Систематизація досвіду функціонування аптечних мереж у країнах з ліберальним підходом до державного регулювання фармацевтичного забезпечення населення. Соц. фармація в охор. здоров'я. – 2015. Т. 1. № 2. С. 55–63.

24. Пашков В. Фармацевтична політика держави в умовах воєнного стану [Електронний ресурс] / В. Пашков, Є. Гнедик. – Режим доступу: <https://www.publichne-pravo.com.ua/files/46/8.pdf>.

25. Пенькова О. Г., Корман І. І., Семенда О. В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 9-10. – с. 16–23.

26. Постанова КМУ від 7 травня 2022 р. № 542 Деякі питання провадження господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів) у період дії воєнного стану Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://xn--80aagahqwyibe8an.com/download/postanova-vid-travnnya-2022-542-deyaki-pitannya-2022-97389.html>.

27. Прохоренко Є. Конкуренція на аптечному ринку: що пропонують парламентарі? .- № 22 (1193). - 10 Червня 2019 р.

28. Реутов В.В., Вельгош Н.Г. Управління конкурентоспроможністю : [монографія]. Сімферополь : Таврія, 2018. 200 с.

29. Соколов Борис Иванович, Лин А. А., and Терехов М. Е.. "Фармацевтический рынок: оптовое звено" Проблемы современной экономики, no. 2 (46), 2013, pp. 267-270.

30. Фармринок закінчує рік на позитивній ноті – UDT Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/652995>.

31. Фарма під час війни Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.darnitsa.ua/api/pharma-directory/pharma-during-the-war-ua%20/%D1%84%D0%B0%D1%80%D0%BC%D0%B0%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%20%D1%87%D0%B0%D1%81%20%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%202022%20ua.pdf>.

32. Шмалько О. Особливості забезпечення населення лікарськими засобами під час надзвичайних ситуацій та воєнного стану: аналіз та перспективи / О. Шмалько // Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. 2022. № 1 (91). – с. 35-39.

33. Яцковий Д.Р. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 4(51). Київ : Веселка, 2016. С. 183–188.

34. Al-Adilee B. K. Investigation of the structure and importance of marketing tasks of pharmacies' networks. Topical issues of new drugs development : Abstracts of International Scientific And Practical Conference Of Young Scientists And Student, April 23, 2015, Kharkiv. Kh., 2015. P. 439.

35. Anell A., Hjelmgren J. Implementing competition in the pharmacy sector : lessons from Iceland and Norway. Applied Health Economics and Health Policy. 2002. № 1 (3). P. 56–149.

36. Bondareva I. V. Peculiarities of application of the model of adaptation of the organizational structure of pharmaceutical enterprises to the external environment changes. Вісник фармації. 2015. № 2. С. 40–44.

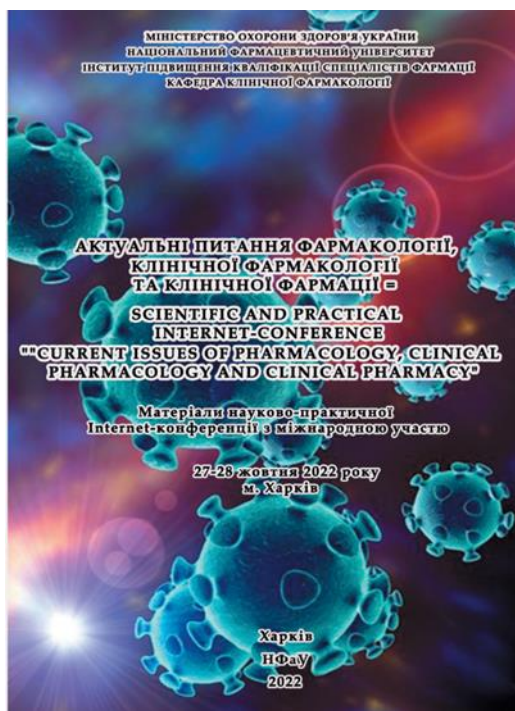
37. Douglas R. P. Propositions on the Pharmaceutical Marketing System. Journal of Pharmaceutical Marketing & Management. 2002. Vol. 14. № 3/4. P. 75–85.

38. Grice J. Global Pharmaceutical Marketing : A practical guide to codes and compliance. London : Pharmaceutical Press, 2008. 218 p.

39. Lehmann E. L., Romano J. P. Chapter 9. Multiple testing and simultaneous inference : Testing statistical hypotheses. 3rd ed. New York : Springer, 2005. 786 p

40. Lodorfos N. G., Mulvana K. L., Temperly J. Consumer behavior: experience, price, trust and subjective norms in the OTC pharmaceutical market. *Innovative Marketing*. 2006. Vol. 2. № 3. P. 41–66.
41. Martensen A., Gronholdt L. Internal Marketing : a study of employee loyalty, its determinants and consequences. *Innovative Marketing*. 2006. Vol. 2, № 4. P. 92–115.
42. Mirkin B. *Mathematical Classification and Clustering*. Moscow : Kluwer Academic Publishers, 1996. 444 p.
43. Shulman Sh., Elaine H. M. Reshaping the Pharmaceutical Distribution Network. *Journal of Pharmaceutical Marketing & Management*. 2005. Vol. 12, № 2/3. P. 34–45.
44. Spake D. F., Joseph M. Consumer opinion and effectiveness of direct-to-consumer advertising. *Journal of Consumer Marketing*. 2007. Vol. 24, № 5. P. 283–293.
45. Thome e Castro Luciano, Marcos Fava Neves. Innovative sales planning and management : a framework proposition. *Innovative Marketing*. 2007. Vol. 3, № 2. P. 7–18.

ДОДАТКИ



258	
Mishchenko Oksana, Bezditko Natalia, Kalko Kateryna, Berezniauk Andrii. Martial law: an unexpected test of the role of the pharmacist/pharmacist in the rational use of medicines	50
Bezditko Natalia, Mishchenko Oksana. Clinical and pharmacological features of antiseptics for the management of chronic wounds in bedridden patients	52
Калко К.О., Міщенко О.Я., Халсва О.Л. Впровадження електронного рецепту на антибіотики: позитивні та негативні аспекти в умовах аптеки	53
Гуценко Л.І., Максєва М.А. Вплив статинотерапії на жорсткість судин у хворих на артеріальну гіпертензію	54
РОЗДІЛ 2. COVID-19. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ЛІКУВАННЯ, РЕАЛІЇ ТА ПРОГНОЗИ	56
Nodar Sulashvili, Nato Alavidze, Natia Kvizhinadze, Tamar Okropiridze. General COVID-19 vaccines development ensuring approach and features in caution of COVID-19 pandemic	57
Nodar Sulashvili, Natia Kvizhinadze, Nato Alavidze, Tamar Okropiridze. The features of development molnupiravir action vs of the ensuring COVID-19 disease therapy approach in general	70
Карпенко С.П., Чеберіна І.О. Вплив артеріальної гіпертензії та антигіпертензивної терапії на перебіг COVID-19	83
Попова І.А., Федотова В.А. Вплив захворюваності COVID-19 на розвиток фармацевтичних ринків	92
Бондарєв С.В. Вплив COVID-19 на психологічне благополуччя населення у період карантину	94
РОЗДІЛ 3. БЕЗПЕКА ФАРМАКОТЕРАПІЇ ТА СИСТЕМА ФАРМАКОНАГЛЯДУ	97
Marina Gakhutishvili, Witold Brostow, Nodar Sulashvili. The features of antibacterial arsenic doped polymer compound and its ensuring the antiseptic effects in healthcare institutions and hospitals	98
Nodar Sulashvili, Natia Kvizhinadze, Nato Alavidze, Tamar Okropiridze. The manifestation of features for ensuring approach of opioid replacement therapy in general	101
Dimova A., Dimitrova M., Mitkova Z. Adverse drug reactions and public spending due to ace-inhibitors therapy	118
Борисюк Л.Ю., Фізор Н.С. Сучасні аспекти фармакотерапії тривожних розладів	119

В даний час вплив COVID-19 на фармацевтичний ринок стає все більш явним. Як показують дослідження, в різних країнах відзначалися схожі тенденції. На початку 2020 року мало хто міг передбачити масштаб глобальних змін, які відбулися в світі після оголошення пандемії. У більшості країн був введений жорсткий карантин. Багато галузей і цілі економіки сильно постраждали. Фармацевтична галузь, будучи ключовою індустрією на фронті боротьби з епідемією COVID-19, також переживає суттєві зміни.

Метою дослідження є визначення розвитку фармацевтичного ринку у час пандемії.

Матеріали та методи. В ході дослідження використано статистичний, маркетинговий, аналітичний.

Результати та їх обговорення. Результати дослідження довели, що коронавірус суттєво вплинув на фармацевтичний ринок. Так, пік продажу зафіксовано у 12-й тиждень, коли в суспільстві переважали панічні настрої на фоні запровадження карантинних обмежень, і населення запасалося не тільки товарами першої необхідності, а й ліками. У цей період обсяги продажу збільшилися майже на 50% як в грошовому, так і в натуральному виразі порівняно з аналогічним періодом минулого року.

Також, у серпні 2020 року компанія Proclinical представила рейтинг провідних фармацевтичних компаній 2020 р., спираючись на дані про їх виручку за 2019р. Трійку лідерів склали Roche, Pfizer і Johnson & Johnson. Високі позиції у світовому рейтингу утримують Merck та Novartis, а найвищий приріст продажів серед топ-10 корпорацій показала Takeda.

Результати дослідження вітчизняного фармацевтичного ринку, довели що обсяг реалізованої продукції фармацевтичними підприємствами має позитивну динаміку в грошовому еквіваленті. Також, підвищився попит на такі ліки:

- Антибактеріальні. При призначенні антибактеріальної терапії зазвичай застосовують антибіотики першої лінії лікування пневмонії такі як макроліди (Азитроміцин, Кларитроміцин) фторхінолони (Левофлоксацин, Моксифлоксацин) цефалоспори (Цефотаксим, Цефтриаксон)
- Противірусні. Наприклад фавіпіравір (фавіпіравір) висловив справжній хайп спершу в Азії, а потім у всьому світі.
- Глюкокортикостероїди.

- Дексаметазон - лише в правильний момент. Протизапальний препарат дексаметазон, за даними досліджень, знижує смертність серед пацієнтів з COVID-19, які хворіють понад сім днів та підключені до апарату штучної вентиляції легень (ШВЛ).

- Антикоагулянти. Звичайно підвищений попит на препарати цих категорій привів до підвищення їх ціни та потреб у виробництві.

Також слід зазначити, що порівняно з минулими роками ціни на препарати від коронавірусу виросли понад 2 рази.

Одним з основних методів боротьби з коронавірусом стала вакцина, тому провідні фармацевтичні компанії почали боротися за всебітне призначення ефек-

ВПЛИВ ЗАХВОРЮВАНOSTІ COVID-19 НА РОЗВИТОК ФАРМАЦЕВТИЧНИХ РИНКІВ

Попова І.А., Федотова В.А.

Національний фармацевтичний університет,

м. Харків, Україна

Кафедра організації та економіки фармації

ira_porova_dik@ukr.net

Вступ. Ми живемо в дуже несприятливий час. У 2020 році в нашій країні з'явився новий вірус, який вплинув на всі ланки фармацевтичного ринку. Паніка, яка охопила таке населення, впровадження нових правил, а саме головне - це розробка ліків та вакцин - все це є наслідком COVID-19. Фармацети, як ніхто розуміють, що це все є двигуном розвитку нашого ринку. Таким чином, фармацевтична галузь нарівні з охороною здоров'я виявилася на передовій світової боротьби з пандемією. Крім відкриття нових можливостей для фармацевтиків в боротьбі з COVID-19, таких як розробка вакцин й клінічні випробування існуючих препаратів для лікування COVID-19, пандемія глибоко торкнулася ланцюжка поставок і дистрибуції в галузі і створила значні ризики для діяльності, не пов'язаної з лікуванням коронавірусу.

тивності саме їх вакцин. До таких компаній відносяться: Pfizer, Janssen & Janssen, AstraZeneca тощо. Прибуток цих компаній почав значно зростати не лише завдяки препаратам призначеним для лікування Covid-19 але й за рахунок вакцин. Так, наприклад американська фармкомпанія Pfizer Inc. збільшила чистий прибуток у 5,5 рази у третьому кварталі 2021 року, виручку – у 8,5 рази, а також покращила річний прогноз. Чистий прибуток Pfizer, в липні-вересні склав \$8,15 млрд порівняно з \$1,47 млрд за аналогічний період попереднього року. Квартальна виручка Pfizer піднялася більш ніж удвічі й досягла \$24,09 млрд порівняно з \$10,28 млрд роком раніше. Консенсус-прогноз аналітиків для цього показника становив \$22,58 млрд.

Висновки. Узагальнюючи вищевикладене, слід зазначити, що коронавірус зробив позитивний вплив на розвиток фармацевтичного ринку України та світу. Через потребу в нових більш ефективних та універсальних препаратах між компаніями виросла конкуренція. А як відомо конкуренція є двигуном прогресу. Тож будемо сподіватись в скорому подолати пандемію.

ВПЛИВ COVID-19 НА ПСИХОЛОГІЧНЕ БЛАГОПОЛУЧЧЯ НАСЕЛЕННЯ У ПЕРІОД КАРАНТИНУ

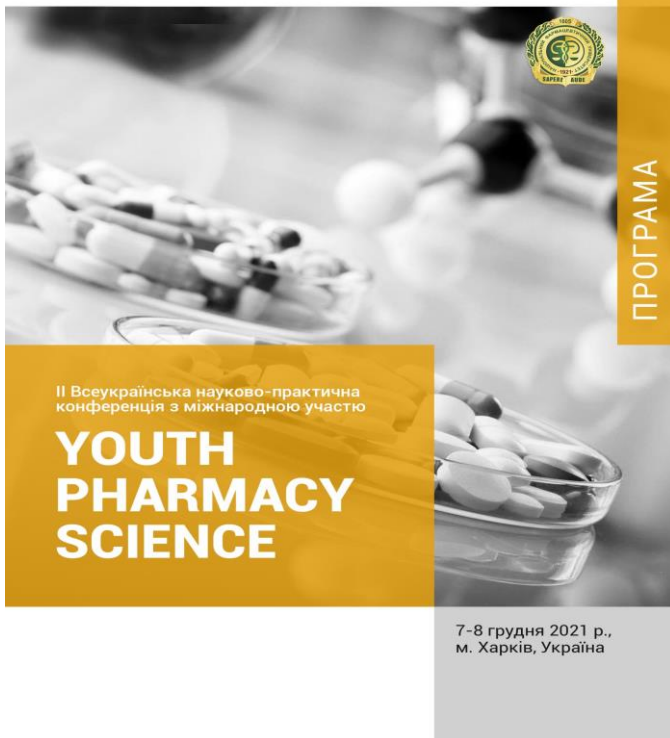
Бондарев С.В.

Національний фармацевтичний університет,
м. Харків, Україна

Інститут підвищення кваліфікації спеціалістів фармації
Кафедра клінічної фармакології
clinpharmacol2019@gmail.com

Вступ. Ситуація пандемії, яка викликана вірусом COVID-19 змінила звичне життя населення всієї планети. Карантин, вимушені обмеження, зміна звичного способу життя, порушення соціального, духовного та особистого простору, зміни форми навчання зі звичного та дистанційне, всі ці фактори призвели до перебудовування звичок населення. Також зміни відбулися і на психологічному благополуччі людей різного віку.

Мета. Проведено величезна кількість досліджень різних авторів стосовно впливу карантину на благополуччя та психічний стан населення. Метою нашої роботи було проведення аналізу отриманих результатів за період 2021-2022



II Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю

YOUTH PHARMACY SCIENCE

7-8 грудня 2021 р.,
м. Харків, Україна

Кафедра організації та економіки фармації

1. **Проблеми поширення ВІА-інфекції в Марокко**
Доповідач: Іфтахі Яссін
Науковий керівник: Панфілова Г.А., д. фарм. н., проф.
2. **Туберкульоз в Марокко – проблеми розповсюдження та фармацевтичного забезпечення хворих**
Доповідач: Сеттаф Іліасс
Науковий керівник: Панфілова Г.А., д. фарм. н., проф.
3. **Розвиток фармацевтичного ринку в умовах COVID-19**
Доповідач: Федотова Валерія
Науковий керівник: Попова І.А., к. екон. н., доц.
4. **Дослідження фармацевтичної діяльності у Східній Азії**
Доповідач: Куленко Алла
Науковий керівник: Назаркіна В.М. д. фарм. н., доц.
5. **Аналіз забезпечення хворих на ревматоїдний артрит за умов дії програми реімбурсації**
Доповідач: Скиба Анастасія
Науковий керівник: Немченко А.С., д. фарм. н., проф.
Куриленко Ю.Є., к. фарм. н., ас.
6. **Підходи до відкриття аптек в країнах Африки та ОАЕ**
Доповідач: Шаповаленко Дар'я
Науковий керівник: Куриленко Ю.Є., к. фарм. н., ас.
7. **Дослідження проблем з якими стикаються фармацевти при відпуску ЛЗ за електронними рецептами**
Доповідач: Жиленко Ольга Олегівна
Науковий керівник: Подколзіна М.В. к. фарм. н., доц.
8. **Дослідження обліку та оплати праці фармацевтів у різних країнах**
Доповідач: Колтунова Марія Олександрівна
Науковий керівник: Подколзіна М.В. к. фарм. н., доц.
9. **Належна практика дистрибуції в Україні**
Доповідач: Тьо Валерія Ігорівна
Науковий керівник: Подколзіна М.В. к. фарм. н., доц.

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЕКОНОМІКИ ФАРМАЦІЇ

ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЛІКАРСЬКОЇ
ПОЛІТИКИ ЗА УМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДИЧНОГО
СТРАХУВАННЯ: ПИТАННЯ ОСВІТИ, ТЕОРІЇ ТА
ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ

ІІ Всеукраїнської науково-освітньої інтернет конференції
(м. Харків, 14-15 березня 2023 р.)

Харків
2023

«ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЛІКАРСЬКОЇ ПОЛІТИКИ ЗА УМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ: ПИТАННЯ ОСВІТИ, ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ»	стор
ЗМІСТ	
РЕЗОЛЮЦІЯ	1
РОЗДІЛ I. Статті	
Немченко А.С., Назаркіна В.М. СУЧАСНІ ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЛІКАРСЬКОЇ ПОЛІТИКИ: НАУКА, ПРАКТИКА ТА ОСВІТА	6
Немченко А.С., Назаркіна В.М., Немченко О.А., Куриленко Ю.С. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАКОНОДАВЧОЇ БАЗИ У СФЕРІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОСТУПНОСТІ ЛІКІВ	18
Bondariva I.V., Malyi V.V., Omar Mohammed Dalaf ANALYSIS OF THE FACTORS OF THE INTERNAL ENVIRONMENT OF THE PHARMACY INSTITUTION	28
Demchenko N.V. El Heddari Samia OCCUPATIONAL STRESS IN HEALTHCARE WORKERS IN MOROCCO	33
Demchenko N.V., Layache Abderrahmane HEALTH SYSTEMS PERFORMANCE AND HEALTH WORKFORCE IN THE AFRICAN REGION	40
Kalaycheva S.G., Seniuk I.V., Kravchenko V.M. CURRENT TRENDS AND LEGAL ASPECTS OF COUNTERACTING DRUG COUNTERFEITING AROUND THE WORLD	49
Nemchenko A.S., Mishchenko V.I., Kurylenko Y.Y., El Menebbeli Aya REVIEW OF DEVELOPMENTS IN THE TRAINING OF DOCTORS AND PHARMACISTS IN MOROCCO	63
Panfilova H.L., Zaytzeva Y.L., Chernukha V.M., Iurchenko G.M., Tereshchenko L.V., Korzh I.V. ANALYSIS OF INDICATORS OF SOCIO-ECONOMIC AVAILABILITY OF CHONDROPROTECTOR DRUGS ON THE UKRAINIAN PHARMACEUTICAL MARKET	70
Гетало О.В., Левницька М.А. НАДАННЯ МЕДИЧНОЇ ДОПОМОГИ ПОСТРАЖДАЛИМ ВІД	89

КРОВОТЕЧІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	
Немченко А.С., Коба Т.М., Назаркіна В.М. ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ДІАГНОСТИЧНИХ ВИПРОБІВ ДЛЯ МОНИТОРИНГУ ЦУКРУ В КРОВІ У ХВОРИХ НА ЦУКРОВИЙ ДІАБЕТ І ТИПУ	100
Немченко А.С., Назаркіна В.М., Косиченко К.Л., Бабенко М.М. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПРОБЛЕМ ВПРОВАДЖЕННЯ ОЦІНКИ МЕДИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ	111
Немченко А.С., Назаркіна В.М., Косиченко К.Л., Бабенко М.М. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ЕКСПЕРТІВ З ОЦІНКИ МЕДИЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЗА УМОВ СТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ КВАЛІФІКАЦІЙ В УКРАЇНІ	119
Попова І.А., Міщенко В.І., Куриленко Ю.С., Калашнік К.Ю. ДОСЛІДЖЕННЯ ГОЛОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ КОСМЕТОЛОГІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ	134
Попова І.А., Федотова Валерія ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ НА РОЗВИТОК ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ	142
Сліпцова Н.А., Назаркіна В.М. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ДОСТУПНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ДОПОМОГИ ХВОРИМ НА РІДКІСНІ ЗАХВОРЮВАННЯ	152
Суворов М.О., Котвицька А.А., Посилкіна О.В. АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ РЕГУЛЯТОРНИХ ПОСЛУГ У ФАРМАЦІЇ	163
Тетерич Н.В., Орленко Ю.Ю. АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОСВІТИ	171
Тутук В.В., Назаркіна В.М. СУЧАСНІ МЕДИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДІАГНОСТИКИ Й ЛІКУВАННЯ ФЕНІЛКЕТОНУРІЇ: ДОСТУПНІСТЬ ДЛЯ ПАЦІЄНТІВ	183
Шомак А.М., Ткачова О.В. АНАЛІЗ НАЯВНОСТІ ПРОСТАТОПРОТЕКТОРНИХ ПРЕПАРАТІВ, ПРЕДСТАВЛЕНИХ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ У МЕДИКО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ДОКУМЕНТАХ	195

УДК 658.8:615.45

ВПЛИВ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ НА РОЗВИТОК
ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Попова І.А., Федотова В.А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

ira_popova_dik@ukr.net

Резюме. В статті досліджено вплив військового стану на розвиток фармацевтичного ринку. Визначено динаміку обсягів аптечного продажу лікарських засобів, структуру продажів лікарських засобів. Визначено проблеми, які виникли в фармацевтичній галузі в сучасних умовах. Наведено напрями державної підтримки розвитку фармацевтичного ринку.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, військовий стан, лікарські засоби, аптечні продажі

Вступ. Вплив російського вторгнення на економічну активність України величезний, що обумовлено скороченням реального ВВП, зростанням інфляції, порушенням торгівлі, а як результат зростання бюджетного дефіциту. Вторгнення росії в Україну, призвело до великих людських жертв, масового переміщення населення і значного пошкодження інфраструктури, що суттєво змінило життя кожного українця й значно вплинуло на розвиток кожної галузі, в тому числі і на фармацевтичну.

Фармацевтика – це стратегічно важлива галузь, особливо у даний час, оскільки медикаменти мають бути на фронті, в аптеках та в лікарнях, адже від цього залежить здоров'я й життя людей, військових та цивільних. В цих умовах фармацевтичні компанії змушені адаптуватися до багатьох нових викликів, керівники мають швидко реагувати на зміни, а працівники ризикуючи своїм життям забезпечувати населення ліками. Загроза повномасштабного вторгнення, призвела до того, що багато працівників вимушено переселилися у більш спокійні регіони України або виїхали за

кордон. Фармацевтичні фірми призупинили свою роботу, деякі склади готових лікарських препаратів, сировини та пакувальних матеріалів було вищент знищено, багато аптечних закладів залишилося на окупованих територіях. Все це мало великий вплив на фармацевтичний ринок загалом.

Виходячи з цього, **метою дослідження** є визначення впливу війсьсового стану на розвиток фармацевтичного ринку в Україні.

Методи та матеріали дослідження. У дослідженні використано методи аналізу і синтезу; метод порівняння; системно-аналітичний.

Результати дослідження. Ринок України багатий на фармацевтичні компанії, тому їм важливо в цей період «бути на плаву». 24 лютого завершився досить тривалий тренд зростання фармацевтичного ринку. Так, коливання були, але в цілому був тренд до зростання. Ще на початку 2022 року ринок лікарських засобів у гривневому значенні значно збільшувався: +31% у січні та +45% у лютому до минулого року. Та вже в березні розпочався спад (-11%), у квітні ринок скоротився на третину, а у травні – на 24%. Поки що, незважаючи на падіння в березні-травні, за підсумками 5 місяців року, ринок повернувся на рівень 2021 року (+0,38%). Однак, тектонічні зсуви, які відбулися в економіці не дозволяють сподіватися на збереження позитивної динаміки. Головний чинник – споживач. На скорочення обсягу продажу вплинуло зростання кількості осіб, які виїхали з країни; окупація територій, іноземна медична гуманітарна допомога.

З початком повномасштабної війни роздрібний продаж лікарських засобів почав знижуватися і продовжує цю тенденцію дотепер. Спад розпочався з березня 2022 р., втім вже з травня темпи зниження почали сповільнюватися і, за підсумками вересня, темпи зниження у грошовому вираженні склали 9%. У жовтні 2022 р. темпи спаду пришвидшилися до 19%, що пов'язано із високою базою порівняння минулого року, адже в цей період минулого року в Україні фіксувалася чергова хвиля захворюваності на COVID-19 і відповідно обсяги продажу ліків суттєво зростали. За даними листопада 2022 р. темпи зниження обсягів аптечного продажу ліків

становлять 10%. За попередніми даними грудня 2022 р. обсяги аптечного продажу ліків перевищили показники грудня 2021 р. на 6%. Тобто наприкінці року ринок вийшов із занепаду. Загалом за підсумками 2022 р. (враховуючи попередні дані за грудень 2022 р.) темпи зниження становлять 6,2%[1].

Потяжнева динаміка також свідчить, що після закінчення періоду підвищеного споживання ліків, внаслідок хвилі захворюваності на COVID-19 минулого року, знов намітилися тенденції щодо сповільнення темпів зниження, які поступово наближаються до минулорічних показників. А в останні 5 тижнів року обсяги аптечного продажу ліків перейшли у позитивну площину. При цьому варто відзначити, що значний вплив на розвиток ринку у грошовому вимірі чинять інфляційні процеси в країні, оскільки у натуральному вираженні показники динаміки роздрібного ринку залишаються негативними, хоча темпи зниження обсягів аптечного продажу сповільнюються (рис. 1).



Рис. 1. Потяжнева динаміка обсягів аптечного продажу лікарських засобів з 1-го до 52-го тижня 2022 р. [1].

Результати дослідження довели, що з початком війни скоротилася кількість аптек, на це вплинуло три причини. По-перше, це території, де відбувалися обстріли, або окуповані, що загрожувало життю і здоров'ю як персоналу, так і відвідувачам. По-друге, проблеми з логістикою. Наприклад, аптека може працювати, але не було товару, бо один із складів великого дистрибутора під Києвом був знищений вибухом, також були знищені склади не одного фармацевтичного заводу, тому зламалась ланцюг постачання. По-

третє, відсутність персоналу, але із цією проблемою допомогла держава, яка послабило вимоги до працівників аптек. Дозвіл на роботу під час воєнного стану медичним працівникам і студентам медичних закладів сприяв тому, щоб відкривалися аптеки, де це можливо.

Війна вплинула на споживання ліків. У перший місяць найбільше зросло споживання ліків, що впливають на серцево-судинну (+23%) та нервову системи, насамперед антиепілептики (+56%) та психолепітичні засоби (+51%) (рис. 2)

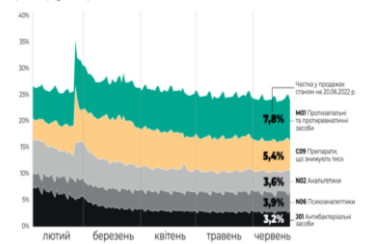


Рис. 2. Динаміка продажів топ-5 груп ліків на аптечному ринку за 01.02.2022-20.06.2022 рр. *, % [2].

Так, за результатами соціологічного дослідження Аптеки Доброго Дня дефіцит на препарати спостерігався лише в перший місяць повномасштабного вторгнення. Цьому слугували 2 причини:

- логістична нестабільність;
- понаднормова кількість куплених ліків у перші дні війни.

На початку вторгнення, коли нормальна логістика була неможливою, відбувся розрив логістичних ланцюгів. Також, ті, хто мали хронічні проблеми зі здоров'ям, купували ліки із великим запасом, тим самим створюючи дефіцит. Люди не розуміли, як швидко будуть відбиватися

поставки в аптеки та чи будуть взагалі, тому хотіли по максимуму запаситись необхідним. Проблема наявності ліків, на які був дефіцит, вирішувалась на державному рівні. Особливо гостро спочатку відчувався дефіцит саме на ліки, які люди приймають при хронічних захворюваннях. Підвищений попит на кровознижувачі, медичні виробни, що необхідні в умовах війни для надання першої домедичної та медичної допомоги, задовольняється і державою, і волонтерськими організаціями.

Щодо структури споживання лікарських засобів слід відзначити, що наприкінці липня 2022 р. зафіксоване значне збільшення частки антибіотиків у загальній структурі апічного продажу, що пов'язано із запровадженням відпуску цих препаратів виключно за рецептом лікаря із серпня 2022 р., і населення робило запаси цих препаратів.

Однак із введенням їх рецептурного відпуску з 1.08.2022 р. обсяги споживання суттєво змінилися. На фоні похолодання та сезону гострих респіраторних вірусних інфекцій (ГРВІ) відзначається тенденція до збільшення частки таких препаратів:

- анальгетиків (слід зазначити, що збільшення відмічалось як у грошовому, так і в натуральному вираженні);
- препаратів для лікування захворювань порожнини носа та протизастудних засобів (рис. 3).

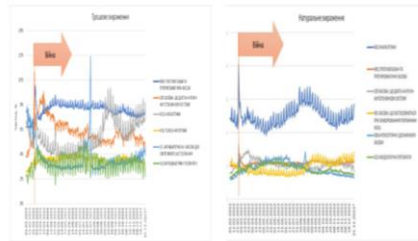


Рис. 3. Структура апічного продажу лікарських засобів з 1.02.2022 до 31.12.2022 р. [1]

В структурі продажу переважала покупка українських препаратів з декількох причин: вони були в наявності, адже імпортові ліки не могли доставити у повному обсязі, а ще українські аналоги мають нижчу вартість. Але від травня ситуація почала стабілізуватись. Зараз, порівнюючи кількість імпортованих та українських препаратів, спостерігається зростання покупок медикаментів вітчизняного виробника на 5%. Україні все активніше підтримують вітчизняного виробника і тенденція постійно зростає.

Попит на медикаменти змінювався, виходячи з рівня загострення війни, а також від окупації та деокупації території України. Люди з хронічними хворобами серця купували медикаменти понаднормово вже від перших годин вторгнення. В лютому та березні проданих препаратів для серця було на 13% більше, ніж в січні 2022-го. Аналогічна ситуація була і з гормональними препаратами, +20% у лютому, порівняно з січнем. Стосовно хворих на діабет, слід зазначити, що вони купували ліки усіма можливими способами. У

списках волонтерів на пошук ліків, інсулін був найпершим. В березні піковий показник склав +25%, порівняно з січнем.

В період з 24 лютого до кінця березня українці не купували ліки онлайн. На це вплинули проблеми із наявністю доставки кур'єром, відсутність світла в тих регіонах, де були активні бойові дії. Також, клієнти тоді не були вивчені, чи будуть аптеки працювати і далі, чи зможуть вони забрати ліки, замовлені на сайті, тому купували офіційно в відритих аптеках. На доставку припадало лише 5% усіх інтернет-замовлень. Переважно клієнт брав ліки і приходив їх забирати. І це логічно. По-перше, не все можна доставити, по-друге, доставка – це завжди додаткові кошти. Зараз багато служб працює і аптеки напрошують можливості по доставці. Доставляємо всюд, де працюють і відновлюють свою роботу логістичні компанії. Але це невелика частина бізнесу, тому що грошей у людей більше не стає і вони намагаються економити там, де це можливо. Тенденція покупок онлайн на сайті аптеки чи партнерських сайтах почала рости вже з травня, а у вересні повернулася до довоєнних показників.

Не зважаючи на військовий стан, українські фармкомпанії відновлюють інвестиції у виробництво та власні наукові розробки. Несподіваною проблемою для українських фармацевтичних компаній стала масована гуманітарна допомога, яка надходить в Україну з інших країн. Лікувальні установи часто були переважені гуманітарними препаратами, а українські фармдприємства – не змогли постачати свою продукцію у певних сегментах ринку. Сьогодні, коли роль сильної національної фармацевтичної галузі доведена викликами пандемії COVID-19 та повномасштабною війною в Україні, варто сфокусуватися на подальшому розвитку її потенціалу. Це і стимулювання інвестицій у дослідження, і прискорення виходу нових генеричних препаратів в Україну через вдосконалення патентного законодавства, і освоєння нових технологій – власних та отриманих за рахунок міжнародного співробітництва. Ці базові ідеї було закладено і в проєкт Стратегії розвитку системи здоров'я України

до 2030 року, і в проєкт Плану відновлення України в частині галузі виробництва лікарських засобів.

Також слід зауважити, що в умовах військового стану, держава прийняла заходи щодо розвитку фармацевтики, а саме:

- відпуск рецептурних лікарських засобів (крім спеціальних рецептурних бланків за формою № 3), які згідно з інструкцією для медичного застосування підлягають відпуску за рецептом, за кошти пацієнта та/або інших джерел, крім бюджетних коштів, може здійснюватися без рецепта лікаря;
- суб'єкти господарювання, які мають ліцензію на провадження господарської діяльності з виробництва (виготовлення) лікарських засобів в умовах аптеки та/або роздрібною торгівлі лікарськими засобами, можуть здійснювати продаж лікарських засобів іншим суб'єктам господарювання, які мають ліцензію на провадження господарської діяльності з виробництва (виготовлення) лікарських засобів в умовах аптеки та/або роздрібною торгівлі лікарськими засобами, з правом їх подальшого продажу;
- студенти усіх медичних і фармацевтичних спеціальностей отримали право працювати у фармацевтичних (аптечних) закладах [3].

Висновки

Узагальнюючи вищевикладене, слід зазначити, що не зважаючи на військовий стан, фармацевтичні компанії України продовжують розвиватися, створювати нові ліки, надавати робочі місця і найголовніше забезпечувати населення важливими препаратами. До повномасштабної фази війни експорту української фарми заважали іноземні регуляторні обмеження, які було важко зняти. Але сьогодні світ змінився, й Україна посіла в ньому принципово нове місце. Навіть виробничі й наукові потужності, кваліфіковані кадри дозволяють швидкими темпами розширювати

номенклатуру ліків в рамках державно-приватного партнерства та державних замовлень, що збільшить стійкість системи охорони здоров'я в умовах надзвичайних станів.

Література

1. Фармринок закінчує рік на позитивній ноті – UDT Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/652995>.
2. Фарма під час війни Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.damitsa.ua/api/pharma-directory/pharma-during-the-war-ua%20%D1%84%D0%B0%D1%80%BC%D0%B0%20%D0%BF%D1%96%D0%B4%20%D1%87%D0%B0%D1%81%20%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8%202022%20aa.pdf>.
3. Постанова КМУ від 7 травня 2022 р. № 542 Деякі питання провадження господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів) у період дії воєнного стану Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://xn--80aagahqwyibc8an.com/download/postanova-vid-travnya-2022-542-deyaki-pitannya-2022-97389.html>.
4. Як війна в Україні вплинула на промоційну активність фармкомпаній: підбиваючи підсумки I кв. 2022 р. № 8/9 (1329/1330) 16.05.2022 р. «Щоплясник «Аптека»». URL: <https://www.apteka.ua/article/634162>

Summary. The article examines the influence of martial law on the development of the pharmaceutical market. The dynamics of the volume of pharmacy sales of medicinal products, the structure of sales of medicinal products have been determined. The problems that have arisen in the pharmaceutical industry in modern conditions are defined. Directions of state support for the development of the pharmaceutical market are given.

Key words: pharmaceutical market, martial law, medicinal products, pharmacy sales





МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ДИПЛОМ III СТУПЕНЯ

нагороджується

Валерія ФЕДОТОВА

із науковою роботою:

«Розробка пропозицій щодо розвитку фармацевтичного ринку
в умовах COVID-19»

(науковий керівник: Попова І.А., к. екон. н., доц.,
кафедра організації та економіки фармації)

у I етапі Всеукраїнського конкурсу студентських
наукових робіт зі спеціальності
«Менеджмент організацій»

В.о. ректора
Національного фармацевтичного
університету
Голова конкурсної комісії



Алла КОТВИЦЬКА

21 квітня 2023 р.

м. Харків



Національний фармацевтичний університет

Факультет фармацевтичний

Кафедра Організації та економіки фармації

Ступінь вищої освіти магістр

Спеціальність 226 Фармація, промислова фармація

Освітня програма Фармація

ЗАТВЕРДЖУЮ

**Завідувачка кафедри
організації та економіки
фармації**

Алла НЕМЧЕНКО

“ 01 ” вересня 2022 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ
Валерії ФЕДОТОВОЇ**

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні»,
керівник кваліфікаційної роботи: Ірина ПОПОВА, к.е.н., доцент,
затверджений наказом НФаУ від “ 6 ” березня 2023 року № 59

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи: квітень 2023 р

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: нормативно-правові та законодавчі акти, Інтернет-мережа.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

- визначити проблеми фармацевтичної галузі;
- визначити правові проблеми в регулюванні фармацевтичної галузі;
- дослідити фармацевтичний ринок України;
- визначити вплив війни на ринок лікарських засобів України;
- оцінити виробників фармацевтичної продукції;
- розробити напрями підвищення конкурентоспроможності аптечних мереж;
- запровадити напрями розвитку фармацевтичного ринку України.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень): 4 таблиці, 23 рисунки

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Ім'я, ПРІЗВИЩЕ, посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Ірина ПОПОВА, доцент закладу вищої освіти кафедри організації та економіки фармації	вересень 2022	вересень 2022
2	Ірина ПОПОВА, доцент закладу вищої освіти кафедри організації та економіки фармації	січень 2023	січень 2023
3	Ірина ПОПОВА, доцент закладу вищої освіти кафедри організації та економіки фармації	березень 2023	березень 2023

7. Дата видачі завдання: 01 вересня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1.	Дослідження літературних джерел щодо оцінки показників ринкової конкуренції аптекних мереж в Україні	вересень	виконано
2.	Визначення проблем розвитку фармацевтичного ринку в сучасних умовах	жовтень	виконано
3.	Дослідження фармацевтичного ринку України	листопад	виконано
4.	Дослідження впливу війни на ринок лікарських засобів України	грудень	виконано
5.	Оцінка виробників фармацевтичної продукції	січень	виконано
6.	Розробка напрямів підвищення конкурентоспроможності аптекних мереж	лютий	виконано
7.	Розробка напрямів розвитку фармацевтичного ринку України	березень	виконано
8.	Оформлення кваліфікаційної роботи до друку	квітень	виконано

Здобувач вищої освіти

Валерія ФЕДОТОВА

Керівник кваліфікаційної роботи

Ірина ПОПОВА

ВИТЯГ З НАКАЗУ № 59
по Національному фармацевтичному університету

від 06 березня 2023 року

Затвердити тему, керівника та рецензента кваліфікаційної роботи здобувачу вищої освіти денної форми навчання фармацевтичного факультету НФаУ 2023 року випуску:

№ з/п	Прізвище, ім'я по батькові здобувача вищої освіти	Тема кваліфікаційної роботи (українською мовою)	Тема кваліфікаційної роботи (англійською мовою)	Керівник кваліфікаційної роботи	Рецензент кваліфікаційної роботи
1.	Федотова Валерія Андріївна	Аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні	Analysis of current problems of the pharmaceutical market in the conditions of the introduction of martial law in Ukraine	доц. Попова І. А.	доц. Рогуля О. Ю.

ПІДСТАВА: службова записка завідувача кафедри про затвердження теми кваліфікаційної роботи, керівника та рецензента.

Вірно: пров. фахівець деканату

Н. В. Фоменко

ВИСНОВОК

**Комісії з академічної доброчесності про проведену експертизу
щодо академічного плагіату у кваліфікаційній роботі
здобувача вищої освіти**

№ 112666 від « 27 » квітня 2023 р.

Проаналізувавши випускну кваліфікаційну роботу за магістерським рівнем здобувача вищої освіти денної форми навчання Федотової Валерії Андріївни, 5 курсу, _____ групи, спеціальності 226 Фармація, промислова фармація, на тему: «Аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні / Analysis of current problems of the pharmaceutical market in the conditions of the introduction of martial law in Ukraine», Комісія з академічної доброчесності дійшла висновку, що робота, представлена до Екзаменаційної комісії для захисту, виконана самостійно і не містить елементів академічного плагіату (копіляції).

**Голова комісії,
професор**



Інна ВЛАДИМИРОВА

1%

11%

ВІДГУК

**наукового керівника на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти
магістр спеціальності 226 Фармація, промислова фармація**

Валерії ФЕДОТОВОЇ

**на тему: «Аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах
впровадження воєнного стану в Україні»**

Актуальність теми. Вплив російського вторгнення на економічну активність України величезний, що обумовлено скороченням реального ВВП, зростанням інфляції, порушенням торгівлі, а як результат зростання бюджетного дефіциту. Вторгнення Росії в Україну, призвело до великих людських жертв, масового переміщення населення і значного пошкодження інфраструктури, що суттєво змінило життя кожного українця й значно вплинуло на розвиток кожної галузі, в тому числі і на фармацевтичну.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість. Практичну цінність в роботі мають визначені проблеми розвитку фармацевтичного ринку, проведений аналіз фармацевтичної галузі в сучасних умовах, а також запропоновані автором напрями розвитку фармацевтичного ринку України. Використання запропонованих автором розробок, дозволить підвищити конкурентоспроможність фармацевтичної галузі в сучасних умовах.

Оцінка роботи. У випускній кваліфікаційній роботі другого (магістерського) ступеня вищої освіти Валерія ФЕДОТОВА провела аналіз проблем фармацевтичної галузі в умовах воєнного стану

Загальний висновок та рекомендації про допуск до захисту. Під час виконання роботи Валерія ФЕДОТОВА проявила уміння працювати з літературою, узагальнювати отримані результати, робити висновки на підставі проведених досліджень. Таким чином, кваліфікаційна робота відповідає вимогам та може бути подана до захисту.

Науковий керівник
"11" квітня 2023 р.

Ірина ПОПОВА

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти магістр спеціальності 226

Фармація, промислова фармація

Валерії ФЕДОТОВОЇ

на тему: «Аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні»

Актуальність теми. Актуальність даного дослідження полягає у тому, що фармацевтична галузь є однією з основних пріоритетних сфер розвитку, особливо її значущість проявляється в умовах воєнного стану, що обумовлено розробкою нових лікарських засобів для військових та мирного населення.

Теоретичний рівень роботи. В теоретичному аспекті визначено проблеми розвитку фармацевтичного ринку в сучасних умовах, а саме збої в ланцюжку поставок; потреба в кваліфікованих кадрах; проблеми пов'язані зі зверненням до медичних працівників; безпека даних; стійкість до змін тощо.

Пропозиції автора по темі дослідження. Досліджено фармацевтичний ринок України в сучасних умовах. Визначено вплив війни на ринок лікарських засобів України. Проаналізовано експортно-імпортні операції в фармацевтичній галузі в умовах воєнного стану. Проведено оцінку роботи виробників фармацевтичної продукції. На основі цих досліджень були сформовані напрями покращення фармацевтичної галузі.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість. В роботі запропоновано наступні пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності аптечних мереж, а саме: використання автоматизованої системи обліку; покращення фармацевтичної етики; додаткові сервіси. Також запропоновано керівництву впроваджувати наступні методи: забезпечити позитивну, сприятливу атмосферу в колективі; створити вимоги до зовнішнього вигляду фармацевтів; налагоджена система мотивації персоналу забезпечить як персоналу тощо.

Недоліки роботи. Необхідно б було проаналізувати роботи аптечних закладів за регіонами в сучасних умовах.

Загальний висновок і оцінка роботи. Незважаючи на недоліки, випускна кваліфікаційна робота Валерії ФЕДОТОВОЇ відповідає темі завдання та є вельми актуальною. Робота відповідає вимогам до випускної кваліфікаційної роботи ступеня вищої освіти магістр та може бути представлена до захисту.

Рецензент _____

доц. Ольга РОГУЛЯ

"11" квітня 2022 р.

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ВИТЯГ З ПРОТОКОЛУ № 23

«26» квітня 2023 року

м. Харків

засідання кафедри

Організації та економіки фармації

Голова: завідувачка кафедри, доктор фарм. наук, професор Алла НЕМЧЕНКО.

Секретар: канд. фарм. наук, доцент Алла ЛЕБЕДИН.

ПРИСУТНІ:

зав. каф., проф. Алла НЕМЧЕНКО, проф. Ганна ПАНФІЛОВА, проф. Вікторія НАЗАРКІНА, проф. Інна БАРАНОВА, доц. Віталій ЧЕРНУХА, доц. Геннадій ЮРЧЕНКО, доц. Наталія ТЕТЕРИЧ, доц. Ірина ПОПОВА, доц. Наталія ДЕМЧЕНКО, доц. Вікторія МІЩЕНКО, доц. Алла ЛЕБЕДИН, доц. Тетяна ДЯДЮН.

ПОРЯДОК ДЕННИЙ:

Про представлення до захисту в Екзаменаційну комісію кваліфікаційних робіт здобувачів вищої освіти випускного курсу НФаУ 2023 року випуску.

СЛУХАЛИ: про представлення до захисту в Екзаменаційну комісію кваліфікаційної роботи на тему: «Аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні», здобувача вищої освіти Фс18(5,0д) 07 групи НФаУ 2023 року випуску Федотову Валерію Андріївну.

Науковий (-ві) керівник (-ки) к.е.н., с.н.с. Ірина ПОПОВА

Рецензент к.ф.н., доц. Ольга РОГУЛЯ

УХВАЛИЛИ: Рекомендувати до захисту кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти Валерії Федотової групи Фс18(5,0д) 07 на тему: «Аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні».

Зав. кафедри організації та
економіки фармації

Алла НЕМЧЕНКО

Секретар кафедри

Алла ЛЕБЕДИН

Ф А2.2.1-32-042

НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

Направляється здобувач вищої освіти Валерія ФЕДОТОВА до захисту кваліфікаційної роботи за галуззю знань 22 Охорона здоров'я спеціальністю 226 Фармація, промислова фармація освітньою програмою Фармація на тему: «Аналіз актуальних проблем фармацевтичного ринку в умовах впровадження воєнного стану в Україні»

Кваліфікаційна робота і рецензія додаються.

Декан факультету _____

/ Микола ГОЛІК /

Висновок керівника кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти Валерія ФЕДОТОВА представила кваліфікаційну роботу, яка за об'ємом теоретичних і практичних досліджень повністю відповідає вимогам до оформлення кваліфікаційних робіт.

Керівник кваліфікаційної роботи _____

Ірина ПОПОВА

«11» квітня 2023 р.

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційну роботу розглянуто. Здобувач вищої освіти Валерія ФЕДОТОВА допускається до захисту даної кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії.

Завідувачка кафедри
організації та економіки фармації
- _____

Алла НЕМЧЕНКО

«26» квітня 2023 р.

Кваліфікаційну роботу захищено
у Екзаменаційній комісії

« ____ » _____ 2023 р.

З оцінкою _____

Голова Екзаменаційної комісії,

доктор фармацевтичних наук, професор

_____ /Лена ДАВТЯН/