



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА СОЦІАЛЬНОЇ ФАРМАЦІЇ



У рамках проєкту
Національного фармацевтичного університету
«ФАРМАЦЕВТИЧНІ НАУКОВІ ШКОЛИ СЛОБОЖАНЩИНИ»
до 15-річчя наукової школи професора *Алли КОТВИЦЬКОЇ*

«СОЦІАЛЬНА ФАРМАЦІЯ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»

МАТЕРІАЛИ
Х МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

28 травня 2025 року



Харків
НФаУ
2025

принципам прозорості та контролю. При цьому кількість зразків є обмеженою, а процес їх надання повинен відповідати встановленим вимогам, спрямованим на запобігання зловживанням або недобросовісному використанню препаратів. Організація спеціалізованих заходів передбачає чіткий акцент на науковому та освітньому характері, що має на меті підвищення професійної обізнаності медичних та фармацевтичних працівників. Забороняється проведення таких заходів у розважальних місцях, оскільки це може суперечити принципам професійної етики та створювати умови для неналежної промоційної діяльності.

Отже, впровадження належної практики промоції лікарських засобів в Україні є необхідним кроком для забезпечення прозорості та етичності комунікації між фармацевтичними компаніями та споживачами. Адаптація національного законодавства до європейських стандартів сприятиме формуванню високих професійних вимог до промоційної діяльності, підвищенню рівня обізнаності фахівців охорони здоров'я та захисту прав пацієнтів. Проект Настанови, запропонований Міністерством охорони здоров'я України, є важливим інструментом, який дозволить вдосконалити регулювання промоційної діяльності, підвищити якість фармацевтичної допомоги та створити умови для належного застосування лікарських засобів.

ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Суханова Н.С., Посилкіна О.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків. Україна
o.posilkina@gmail.com

Фармацевтична галузь є стратегічно важливою для національної безпеки, тому ефективне реагування на кризи та адаптація до змін є важливими завданнями. Світові тенденції також вказують на зростання ролі антикризових стратегій в управлінні фармацевтичними організаціями (ФО). Багато провідних

фахівців у сфері стратегічного менеджменту і антикризового управління, зокрема Ф.Котлер, Г.Бойєр Г. та ін., досліджували підходи до ефективного реагування на кризи. Проте, в Україні залишається низка невирішених проблем, серед яких недостатність прикладних досліджень щодо формування антикризової стратегії ФО, що і обумовило актуальність теми дослідження.

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей антикризового управління в ФО і побудові алгоритму розробки антикризової стратегії організації.

У дослідженні використовувалися такі методи: аналітичний, системний підхід, методи моделювання для оцінки потенційних результатів впровадження антикризової стратегії.

Антикризове управління у ФО має свої специфічні особливості, обумовлені регульованим середовищем, характером продукції та вимогами високих стандартів якості. Ці особливості включають кілька ключових аспектів, які необхідно враховувати під час розробки антикризових стратегій.

ФО функціонують під жорстким контролем регуляторних органів, таких як Міністерство охорони здоров'я (МОЗ), FDA (для міжнародних ринків) та інші установи, які стежать за якістю та безпекою лікарських засобів (ЛЗ). У контексті антикризового управління це означає, що будь-яка стратегія повинна включати заходи для забезпечення відповідності вимогам регуляторів, зокрема: регулярний аудит процесів; навчання персоналу; розробку чітких протоколів, тобто створення процедур для своєчасної реакції на зміни у законодавстві або в регуляторних вимогах; моніторинг постачальників; впровадження системного підходу до управління якістю; активне реагування на запити з боку споживачів і партнерів тощо.

У процесі розробки антикризової стратегії ФО мають бути враховані основні методичні підходи, що базуються на ретельному аналізі потенційних кризових ситуацій і ризиків, з якими вона може зіткнутися. Серед ключових ризиків фахівці виділяють фінансові труднощі, зміни законодавчого

регулювання, зростання конкуренції та вплив зовнішніх економічних факторів. Своєчасне виявлення цих загроз дозволяє розробити ефективні стратегічні рішення для їх подолання.

В рамках стратегії запобігання кризі ФО доцільно реалізувати комплексні заходи з оптимізації витрат. Це потребує ретельного аналізу елементів витрат для виявлення можливостей їх скорочення без шкоди для якості процесів і продукції. Важливою складовою антикризової стратегії має бути і покращення рівня обслуговування споживачів. Регулярне навчання персоналу та використання сучасних технологій, таких як електронні черги та онлайн-консультації, сприяють скороченню часу очікування споживачів, підвищенню їх задоволеності і підвищує ймовірність нових покупок.

Крім того, важливою частиною антикризової стратегії ФО є розширення асортименту товарів і послуг, а також активізація маркетингової діяльності завдяки розробці цільових рекламних кампаній, посиленню присутності в соціальних мережах та створенню інформативного контенту, який підвищує пізнаваність бренду та сприяє залученню нових клієнтів.

Запропонований алгоритм реалізації антикризової стратегії ФО наведений на рис.1.

Отже, антикризове управління у ФО вимагає системного підходу, що включає оптимізацію витрат, дотримання суворих стандартів, забезпечення якості продукції та ефективну комунікацію з усіма зацікавленими сторонами. Це дозволяє ФО не лише впоратися з кризовими ситуаціями, але й зміцнити власну ринкову позицію.



Рис. 1 Запропонований алгоритм реалізації антикризової стратегії ФО