

---

## РОЗДІЛ 5. МОДЕРНІЗАЦІЯ МЕДИЧНИХ І СЕРВІСНИХ СИСТЕМ ЧЕРЕЗ ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРАКТИКИ

### 5.1. Цифрові технології у функціонуванні торговельних посередників на ринку фармацевтичних препаратів України

**Косар Н.С.,**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу і логістики,*

**Кузьо Н.Є.,**

*старший викладач кафедри маркетингу і логістики,  
Національний університет "Львівська політехніка"*

*Ключові слова: фармацевтичні препарати, обсяги реалізації ліків, конкуренція на ринку медпрепаратів, формування попиту, активізація збутової діяльності аптек, онлайн-аптеки*

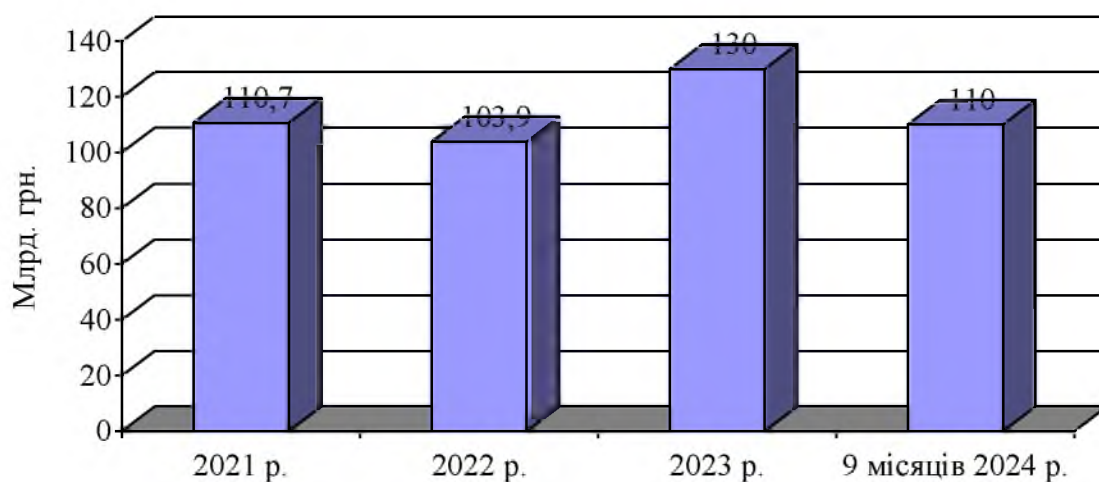
Фармацевтичні препарати відіграють важливу роль у забезпеченні нормальної життєдіяльності людей, особливо в умовах воєнного стану [1, с. 36]. При цьому місткість фармацевтичного ринку України виділяє його серед ринків аналогічних країн Східної Європи [2]. На ньому реалізуються як готові засоби лікарського типу, так і різноманітні вироби медичного призначення та косметичні засоби і дієтичні добавки. Серед гуртових закупівель фармацевтичних препаратів можна виділити госпітальний та аптечний сегмент. У подальшому дослідження буде зосереджене на аптечному сегменті фармацевтичних препаратів, що представлений різноманітними аптечними мережами та іншими спеціалізованими торговельними закладами. У якості покупців там виступають кінцеві споживачі ліків, зокрема населення [3].

Проведений аналіз свідчить, що вітчизняна фармацевтична промисловість є пріоритетною галуззю економіки, лідером за різноманітними економічними показниками, формуючи значну частину українського ВВП.

За результатами функціонування ринку фармацевтичних препаратів протягом 9 міс 2024 р. держава, пропонуючи різноманітні програми, забезпечує лише 12% їх споживання, а 88% - споживають пацієнти, закупаючи їх за власні кошти. Тому на динаміку фармацевтичного ринку України значною мірою впливає рівень доходів його населення [4]. На противагу цьому значну частину витрат на ліки для населення у Європі покриває медичне страхування та державні програми [5, с. 20].

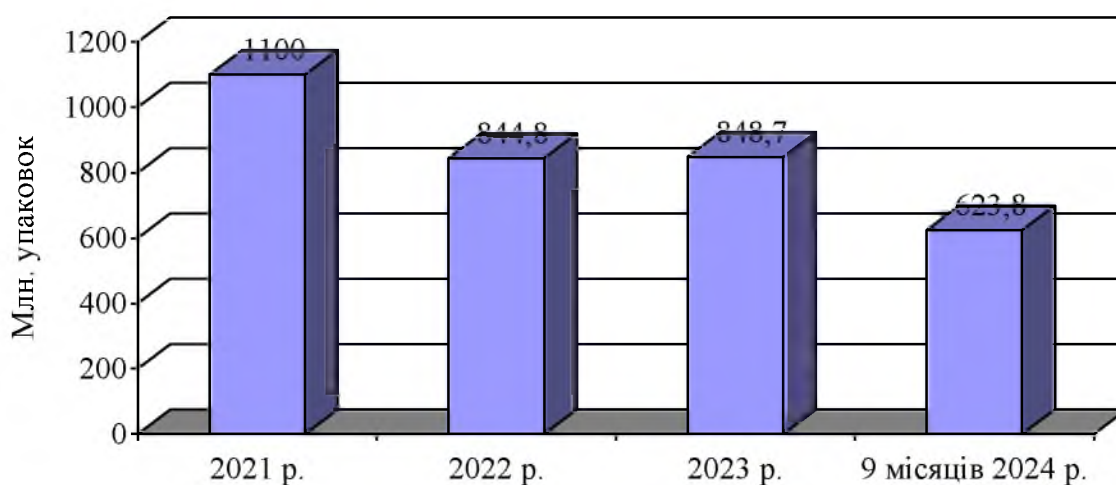
Війна суттєво вплинула на ринок фармацевтичних препаратів. Мова йде про скорочення кількості їх потенційних покупців внаслідок їх виїзду за кордон, зміну структури реалізованих товарів, зростання цін на них.

У 2023 р. у вартісному вираженні аптеками було реалізовано ліків на суму 130 млрд. грн., що на 25,1 % більше ніж у 2022 р., коли обсяги реалізації ліків становили 103,9 млрд. грн. (рис. 1) [6]. Проте таке зростання обсягів реалізації ліків у 2023 р. порівняно з 2022 р. було обумовлено насамперед підвищенням цін на них, оскільки у натуральному вираженні у 2023 р. у нашій країні було реалізовано 848,7 млн. упаковок ліків, що на 0,5 % більше ніж у 2022 р. - рис. 2.



**Рис. 1. – Динаміка обсягів реалізації ліків у вартісному виразі протягом 2021 - 9 міс. 2024 рр.**

*Джерело: складено на основі [6, 7, 8, 9]*



**Рис. 2. – Динаміка обсягів реалізації ліків у натуральному виразі протягом 2021 - 9 міс. 2024 рр.**

*Джерело: складено на основі [6, 7, 8, 9]*

Зазначимо, що у 2023 р. у натуральному вираженні скоротилася частка реалізованих ліків українського виробництва на 2 % - з 65 % до 63 %.

Зростання обсягів реалізації ліків в Україні у грошовому вираженні спостерігалось і у 2024 р. - на 10,83% у порівнянні з 2023 р., досягнувши 151 млрд. грн., проте у натуральному вираженні вони скоротилися на 5,64% - до 810,155 млн. упаковок [10].

Негативно на попиті на лікарські засоби в Україні позначається зростання цін на них. Свідченням цього є те, що середньозважена вартість для однієї упаковки товарів, які входили у склад "аптечного кошика" протягом першого півріччя 2024 р. становила 143,9 грн., збільшившись доволі суттєво - на 16 % порівняно з аналогічним періодом 2023 р. Найбільші ціни були зафіксовані для дієтичних добавок - їх середньозважена вартість становила 180,5 грн., у той час як для лікарських засобів - 174,1 грн., а для медичних виробів лише 40,0 грн. [6]. Останніми роками спостерігається зростання частки дієтичних добавок у складі "аптечного кошика". За результатами функціонування роздрібного ринку фармацевтичних препаратів України за 10 міс 2024 р. їх частка досягнула 11%. Позитивним є те, що серед дієтичних добавок, реалізованих в Україні, 20% - це товари, що реалізуються під власними торговельними марками (ВТМ) аптечних мереж. Наявність фармацевтичних препаратів, які реалізуються під ВТМ аптечних мереж можна вважати їх конкурентною перевагою на ринку [4].

Аналізуючи фактори, які можуть призвести до зниження роздрібних цін на ліки, слід відзначити, що середньозважена величина націнки аптек характеризується тенденцією до зниження. Тільки на початку 2022 р. в умовах початку війни, даний показник зріс до 20%, проте надалі почав знижуватися і сьогодні величина націнки аптек є нижчою ніж у довоєнний період та складає 14%.

Для збереження клієнтів та забезпечення достатності товарів, торговельні посередники на ринку фармацевтичних препаратів, повинні прогнозувати фактори, які можуть вплинути на попит на них, крім ціни товарів. Порівняння структури ТОП-10 груп ліків, що користувалися найбільшим попитом серед українців у 2023 р. та у попередньому році свідчить, що це були протизапальні і протиревматичні засоби, анальгетики та препарати для зниження тиску, антидіабетичні препарати та антибактеріальні засоби. Традиційно до цього рейтингу входять засоби для лікування захворювань порожнини носа та для лікування кашлю і застудних захворювань [8].

На українському фармацевтичному ринку сьогодні діє велика кількість фармацевтичних компаній різноманітної форми власності, представляючи великий, малий і середній бізнес. Вони функціонують на різних рівнях каналів

розподілу фармацевтичних препаратів. Мова йде про виробників товарів, гуртових та роздрібних торговельних посередників (аптеки, їх мережі та інші підприємства роздрібної торгівлі) [2].

Початок війни обумовив закриття значної кількості аптек. Як відзначено у [11, с. 205], це було обумовлене окупацією частини територій України та обстрілами інших територій, що становило загрозу для життя і здоров'я як персоналу, так і відвідувачів аптек; порушенням ланцюгів постачання ліків та знищення складів із фармацевтичними препаратами; дефіцитом кадрів. На початку війни в Україні закрилося 4,1 тис. аптечних закладів. Проте ситуація частково стабілізувалася у 2023 р., коли кількість аптек зросла на 4,9% у порівнянні з 2022 р. [6]. Лише у Черкаській та Кіровоградській областях кількість аптек у 2023 р. у порівнянні з 2022 р. скоротилася. При цьому, незважаючи на позитивні зрушення, у кінці 2023 р. у нашій країні було 17,8 тис. аптек, що суттєво менше ніж у 2021 р. Тоді їх налічувалося 20,4 тис. аптек.

У табл. 1 подано інформацію стосовно регіонального розподілу чисельності аптек в Україні на кінець 2023 р.

Таблиця 1

Інформація стосовно регіонального розподілу чисельності аптек в Україні на кінець 2023 р.

Найменування областей України	Кількість аптек, од.	Найменування областей України	Кількість аптек, од.
Вінницька	757	Миколаївська	461
Волинська	507	Одеська	1384
Дніпропетровська	1576	Полтавська	667
Донецька	228	Рівненська	570
Житомирська	622	Сумська	416
Закарпатська	711	Тернопільська	568
Запорізька	429	Харківська	1011
Івано-Франківська	806	Херсонська	73
Київська	1055	Хмельницька	807
Кіровоградська	452	Черкаська	666
Львівська	1308	Чернівецька	518
м. Київ	1784	Чернігівська об	377

*Джерело: [6]*

Внаслідок наявності значної кількості аптек у певному регіоні між ними існує гостра конкуренція. Результати вторинної маркетингової інформації показують, що у 2023 р. в Україні одна аптека припадала на 1777 осіб. Це є високий показник порівняно з країнами ЄС, у яких щільність аптечного покриття є значно меншою [12]. Наприклад, у Польщі одна аптека припадає на 2951 особу, а в Німеччині –

на 4691 особу. У місцях, де є великі потоки людей, часто поряд знаходяться навіть 4-5 аптек. При цьому, як правило, усі аптеки в Україні функціонують у складі аптечних мереж. Зокрема, 34 % усіх точок продажу ліків та 60 % частки ринку фармацевтичних препаратів України контролюють такі відомі у різних регіонах аптечні мережі як АНЦ, "Подорожник", 9-1-1, "Бажаємо здоров'я", а також "Аптека Доброго дня". Останніми роками на ринку з'являються і нові аптечні мережі, які швидко розвиваються та пропонують споживачам сучасні технології обслуговування та прийняття замовлень на фармацевтичні препарати. Це посилює їх конкурентні переваги на ринку.

Для підприємств, які функціонують на ринку фармацевтичних препаратів, важливою є підтримка їх іміджу та забезпечення гнучкості ведення бізнесу, управління ланцюгами поставок, що є особливо актуальним в умовах нестабільного зовнішнього середовища [13, с. 311].

Для активізації збуту аптеки повинні активно використовувати сучасні інструменти маркетингу, забезпечувати можливість для споживачів онлайн замовлень фармацевтичних препаратів, забезпечувати їх доставку. Це особливо актуально, враховуючи те, що існує концентрація більшості аптечних мереж у великих регіонах України, зокрема у м. Києві, Дніпропетровській, Одеській та Харківській обл. [5, с. 16]. Даний факт викликаний тим, що більшість населення України сконцентроване насамперед у великих мегаполісах. Проте і сільське населення має теж потребу у значній кількості фармацевтичних товарів. Але у невеликих селах і селищах або взагалі відсутня аптека, або наявна лише одна аптека, що є монополістом та може реалізувати фармацевтичні товари за завищеними цінами. Тому покращити забезпечення сільського населення фармацевтичними препаратами у межах реалізації концепції сталого розвитку дозволить активізація використання аптечними закладами системи їх онлайн замовлень та доставки. Початок війни негативно вплинув і на цю сферу. Протягом кінця лютого 2024 р. - березня 2024 р. населення України майже не проводило закупівель фармацевтичних препаратів онлайн. Це було обумовлене виникненням проблем із можливістю доставки їх кур'єром, відсутністю світла у тих регіонах, де йшли бойові дії, невпевненістю клієнтів у подальшій роботі аптечних закладів та відповідно і в отриманні замовлених фармацевтичних препаратів, тому українці купували їх в офлайн аптеках [11, с. 208]. Доставка було реалізовано тільки 5% від поданих інтернет-замовлень. Доставка фармацевтичних препаратів вимагає додаткової оплати, тому клієнти, які їх бронюють, найчастіше забирають їх самостійно. Проте існують люди, для яких доставка фармацевтичних препаратів є життєво важливою. Мова йде про осіб, у яких є мало вільного часу, мам з маленькими дітьми та осіб старшого віку, які не

завжди мають можливість самостійно виходити для закупівлі фармацевтичних препаратів. Сьогодні вже є багато служб та компаній, які можуть доставляти товари, а також аптеки нарощують свої можливості у цій сфері.

У сучасних умовах, як і у довоєнний період, серед населення України популярністю користуються покупки фармацевтичних препаратів або на власному онлайн сайті аптеки, або на партнерських сайтах. Адже майже усі аптеки мають свій веб-сайт, проте який не завжди є досконалим.

Розвитку електронної торгівлі фармацевтичними препаратами та їх доставки сприяє ринок маркетплейсів, з використанням яких споживачі можуть обрати бажану для себе аптеку, отримати у ній інформацію про необхідний препарат, порівняти ціни на нього у різних аптеках навіть і однієї мережі, зробити необхідне замовлення та скористатися доставкою замовлених препаратів [14, с. 21].

Тут можна назвати такі ресурси як Liki24.com, Tabletki.ua, Apteki.ua, HELSI. Серед сервісів для пошуку, бронювання та порівняння цін на ліки в Україні лідує Tabletki.ua, який характеризується найбільшою кількістю відвідувань та середньою кількістю переглянутих сторінок. Також перспективним є сервіс Liki24, який демонструє зростання кількості відвідувань [15, с. 286].

Якщо аптека має лояльних клієнтів, нею розроблені та використовуються програми лояльності, то для неї важливим є належне інформаційне забезпечення свого сайту. Він повинен дозволяти клієнтам не лише забронювати необхідні для них фармацевтичні препарати, але на ньому вони повинні мати можливість ознайомитися із пропозицією товарів-аналогів, інструкцією лікарських засобів, замовити лише частину упаковки. На сайті повинні використовуватися фільтри, які дозволять клієнтам впорядкувати необхідну для них інформацію.

У сучасних умовах найкраще розроблені сайти мають такі аптечні мережі як ЗІ, АНЦ, D.S., "Подорожник", "Доброго дня", "Бажаємо здоров'я" та "Здорова Родина". Одночасно функціонал більшості аптек, які діють в Україні, потребує суттєвого розширення. Мова йде про створення онлайн-аптеки; надання можливості клієнтам отримати онлайн-консультацію фармацевтів; додавання функції автоматичного нагадування постійним клієнтам, що проводять регулярні покупки щодо них (наприклад клієнтам, що приймають ліки на постійній основі); висвітлення інформації щодо наявних сертифікатів та ліцензій на пропоновану аптеками продукцію; надання можливості перегляду відгуків клієнтів щодо обслуговування у даній аптеці чи окремих пропонованих нею фармацевтичних препаратів. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність аптеки чи аптечної мережі на певному регіональному ринку.

Зокрема, створення онлайн-аптек сприятиме [16]:

- швидкому та зручному способу закупівлі медичних препаратів та супутніх засобів для населення, що особливо актуально в сучасних умовах;
- пропозиції ширшого асортименту медичних препаратів та інших товарів, що дозволить сформувати коло лояльних клієнтів;
- залученню нових клієнтів, що надають перевагу швидкому та зручному способу закупівлі фармацевтичних препаратів, чи знаходяться в регіонах, не охоплених певною мережею аптечних закладів;
- замовленню товарів в онлайн-аптеках 24/7, коли у споживачів виникла потреба в купівлі медикаментів чи їх бронюванні.

У табл. 2 наведені пропозиції щодо основного функціоналу онлайн-аптек.

Таблиця 2

Пропозиції щодо основного функціоналу онлайн-аптек

Складові	Мета функціонування	Основні функції
Каталог	Надає можливість швидкого пошуку необхідних медикаментів чи інших товарів, детальну інформацію про кожен вид товарів. Це допоможе відвідувачам обрати ліки чи супутні товари, а також отримати про них додаткову інформацію ще до купівлі	каталог товарів з категоріями та підкатегоріями; картки окремих товарів, які мають містити назву товару, бренд; форму випуску (таблетки, розчини, капсули тощо); короткий опис (призначення, основні властивості); ціну та виробника; опис застосування препаратів (інструкція, дозування, склад, рекомендації щодо використання); зображення товару та упаковки (з розбірливими надписами та можливістю збільшення); можливість придбання частинами вмісту упаковки; відгуки інших користувачів; можливість додати в кошик чи купити зараз
Кошик клієнта	Забезпечує зручність, надаючи користувачам можливість легко додавати і видаляти товари, обирати кількість товарів чи визначати необхідну їх частину. Збереження обраних товарів в кошику допоможе клієнтам повернутися до покупок у будь-який час, що спрощує рішення про купівлю чи пошук товарів-аналогів	повідомлення про наявність обраних медикаментів чи інших товарів; збереження вмісту кошика на кілька днів; "покинутий кошик" (для аналізу персоналом аптеки); крос-продажі та допродажі; варіанти способів оплати та доставки
Пошук медичних препаратів та супутніх	Використання фільтрів дає можливість користувачам швидко знайти потрібні медикаменти чи інші товари	фільтрація за категоріями товарів, наприклад вітаміни, дитяче харчування, косметика тощо;

товарів		пошук за ключовими словами (захворювання, бренд, назва або активна речовина); пошук за симптомами захворювання; пошук за ціною; пропозиція супутніх товарів; відображення доступності медичних препаратів та супутніх товарів в найближчій аптеці
Особистий кабінет	Дає можливість користувачам бачити свою історію взаємодії із онлайн-аптекою. Результатом є підвищення рівня залученості, покращання досвіду для клієнтів та відстеження тенденцій попиту персоналом аптеки	історія замовлень; списки медичних препаратів та супутніх товарів; відстеження зміни цін; налаштування автоматичних нагадувань про регулярні покупки ліків
Мобільна оптимізація	Дозволяє користування онлайн-аптекою на мобільних пристроях	Забезпечення коректного відображення сайту на мобільних пристроях

*Джерело: розробка авторів*

При виборі дизайну для онлайн-аптеки необхідно, щоб він викликав у відвідувачів довіру та асоціації з офлайн-закладами. Для оформлення основної інформації доцільно використовувати великі, чіткі шрифти, тексти мають легко читатися, особливо коли йдеться про склад медичних препаратів чи інструкції використання. Бажано додати можливість змінювати розмір шрифту людям з проблемами зору.

Крім онлайн продажу фармацевтичних препаратів, перспективними на ньому можна назвати і інші різновиди цифрового маркетингу – такі як інфлюенсер-маркетинг, SMM-маркетинг, пошукову оптимізацію (SEO), Email-маркетинг.

### **Список використаних джерел:**

1. Шмалько О. Особливості забезпечення населення лікарськими засобами під час надзвичайних ситуацій та воєнного стану: аналіз та перспективи. Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. 2022. № 1. С. 35–39. DOI: <https://doi.org/10.11603/1681-2786.2022.1.13073>.

2. Структура фармацевтичного ринку України. URL: <https://blog.youcontrol.market/struktura-farmatsievtichnogho-rinku-ukrayini>

3. Шевчук П.О., Дергалюк Б. В., Перспективи розвитку підприємств фармацевтичної промисловості в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1323>

- 
4. Ринок лікарських засобів України: аптечний продаж та прогнози. URL: <https://surl.lu/giwdwn>.
  5. Шимановська-Діанич Л.М., Лозова О.В., Юрко І.В. Ринок фармацевтичних товарів України: проблеми та перспективи розвитку. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. 2023. № 71. С. 13–20. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-71-02>.
  6. У 2023 році аптечні продажі ліків зросли на 25%. URL: <https://surl.li/keecas>.
  7. Аптечний продаж за підсумками 2021 р.: фармринок продовжує зростання, перевищуючи очікування експертів. URL: <https://www.apteka.ua/article/625683>.
  8. Нові тренди у фармі: галузь вистояла і відновлюється, а українці обирають вітчизняні ліки. URL: <https://surl.lu/xxbzfn>
  9. Аптечний продаж за 9 міс. 2024 року. URL: <https://surl.li/lqoktc>.
  10. Манько С. Українці витратили на ліки в аптеках 151 млрд. грн. у 2024 році. URL: <https://surli.cc/fgqnke>.
  11. Попова І.А., Демченко Н.В., Швед А.Б. Тенденції розвитку фармацевтичного ринку України в умовах воєнного стану. Бізнес Інформ. 2023. №4. С. 203–209. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-4-203-209>.
  12. Симоненко К. Топ-10 аптечних мереж за товарообігом та інші підсумки фармринку-2023. URL: <https://raiu.ua/novyni/top-10-aptechnih-merezh-2023>.
  13. Жалдак Г.П., Токарська С.П. Проблеми та перспективи розвитку підприємств фармацевтичної промисловості у вітчизняному та світовому масштабах. Бізнес Інформ. 2023. № 11. С. 305-313.
  14. Пенькова О.Г., Корман І.І., Семенда О.В. Маркетинговий аналіз фармацевтичного ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2022. № 9–10. С. 16–23. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2022.9-10.16>.
  15. Kosar N., Kuzo N., Pytulyak N. Internet marketing in the activities of resellers in the pharmaceutical market . Global digital trends and their impact on national economic progress: monograph. Praha: OKTAN PRINT, 2024. P. 279-289. DOI: 10.46489/gdtatione-05-24-28.
  16. Розробка сайту інтернет-аптеки: на що звернути увагу власнику при розробці сайту для аптеки. URL: <https://surl.lu/nngckm>