

УДК: 658.8.009.12

[https://doi.org/10.32689/2617-2224-2020-2\(22\)-25-40](https://doi.org/10.32689/2617-2224-2020-2(22)-25-40)

Ваганова Людмила Василівна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління Хмельницького інституту імені Блаженнішого Володимира, Митрополита Київського і всієї України ПрАТ “ВНЗ “Міжрегіональна Академія управління персоналом”, 29000, м. Хмельницький, Проспект Миру, 101а, заступник начальника відділу планування діяльності та стратегічного розвитку підприємств міста Хмельницької міської ради, тел.: 0675875536, e-mail: milascincevaganova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5812-4597>

Ваганова Людмила Васильевна,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления Хмельницкого института имени Блаженнейшего Владимира, Митрополита Киевского и всея Украины, ЧАО “ВУЗ “Межрегиональная Академия управления персоналом”, 29000, г. Хмельницкий, Проспект Мира, 101а, заместитель начальника отдела планирование деятельности и стратегического развития предприятий города Хмельницкого городского совета, тел.: 0675875536, e-mail: milascincevaganova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5812-4597>

Vahanova Liudmyla Vasyliivna,

PhD in Economics, Associate professor, Associate Professor Department of Economics and Management His Beatitude Metropolitan Volodymyr of Kyiv and All Ukraine Khmelnytsky Institute of PJSC “HEI “Interregional Academy of Personnel Management”, Deputy chief of planning of activity and strategic cites enterprises development department of the Khmelnytsky town council, 29000, Khmelnytskyi, Myru ave., 101a 0675875536, e-mail: milascincevaganova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5812-4597>

Родіонова Ірина Володимирівна,

кандидат економічних наук, старший науковий співробітник науково-дослідної частини Хмельницького національного університету, 29000, м. Хмельницький, Інститут-



ська, 11, тел.: 09777713135, e-mail: irynarodionova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4805-8175>

Родионова Ирина Владимировна,

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник научно-исследовательской части Хмельницкого национального университета, 29000, г. Хмельницкий, Институтская, 11, тел.: 09777713135, e-mail: irynarodionova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4805-8175>

Rodionova Iryna Volodymyrivna,

PhD in Economics, Senior staff scientist of Scientific research part Khmelnytskyi National University, 29000, Khmelnytskyi, Instytutska Str., 11, 09777713135, e-mail: irynarodionova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-4805-8175>

ІМПЛЕМЕНТАЦІЙНІ ОСНОВИ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГОВИХ АКТИВНОСТЕЙ КОМУНАЛЬНОЇ АПТЕКИ

Анотація. Метою даної статті є дослідження досвіду використання трейд-маркетингових активностей на комунальній аптеці “Віола” та існуючих глобальних трендів у фармацевтичному бізнесі з подальшим їх використанням при визначенні пріоритетних напрямів розвитку аптеки.

У статті проаналізовані наступні питання: 1) глобальні тренди у фармацевтичному бізнесі (врахування потреб споживачів та їх позиціонування як цінних партнерів; використання сучасних технологій ІТ-компаній для орієнтації на споживача; розробка та виробництво лікарських засобів від рідкісних (орфанних) хвороб; зростання кількості М&А угод); 2) надано пропозиції у впровадженні електронних рецептів комунальною аптекою “Віола” (контроль дублювання препаратів, що призначаються; несумісність лікарських засобів; чітка ідентифікація осіб з однаковим прізвищем; забезпечення достатньої потужності хмарного сховища для обробки мільйонів електронних рецептів на рік); 3) проаналізовано досвід співпраці комунальної аптеки “Віола” із закладами охорони здоров’я щодо можливості забезпечення їх лікувальними препаратами; 4) визначено спосіб покращення фінансового стану аптеки за рахунок виробництва ліків від орфанних хвороб; 5) проаналізовано використання комунальною аптекою трейд-маркетингових активностей (програми лояльності, програма “Життя з діабетом”, проекти “Опіка”, “Пульс”, застосування знижок на онко-препарати та пільговий відпуск наркотичних засобів для паліативного лікування хмельничан, для хворих з онкологічними захворюваннями; знижки на засоби, що застосовуються в кардіохірургії; зовнішня реклама на фасадах аптеки; POS-матеріали в аптеках та візуалізація препаратів на полицях; навчання персоналу); 6) визначено пріоритетні напрями розвитку аптеки.

Авторами підтверджено, що світові тренди розвитку фармацевтичної галузі є визначальними і для подальшого розвитку аптек на регіональному рівні, а комунальна аптека, що стала предметом дослідження, впродовж періоду становлення, має певні здобутки у використанні трейд-маркетингових активностей.

Ключові слова: трейд-маркетингова активність, споживач, продуктова інновація, технологічна інновація, організаційна інновація, електронний рецепт, орфанна хвороба, генеричний лікарський засіб.

ИМПЛЕМЕНТАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ ТРЕЙД-МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТЕЙ КОММУНАЛЬНОЙ АПТЕКИ

Аннотация. Целью данной статьи является исследование опыта использования трейд-маркетинговых активностей на коммунальной аптеке “Виола” и существующих глобальных трендов в фармацевтическом бизнесе с последующим их использованием при определении приоритетных направлений развития аптеки.

В статье проанализированы следующие вопросы: 1) глобальные тренды в фармацевтическом бизнесе (учет потребностей потребителей и их позиционирование как ценных партнеров, использование современных технологий ИТ-компаний для ориентации на потребителя, разработка и производство лекарственных средств от редких (орфанных) заболеваний, рост количества М & А сделок); 2) даны предложения по внедрению электронных рецептов коммунальной аптекой “Виола” (контроль дублирования назначаемых препаратов; несовместимость лекарственных средств; четкая идентификация лиц с одинаковой фамилией, обеспечение достаточной мощности облачного хранилища для обработки миллионов электронных рецептов в год) 3) проанализирован опыт сотрудничества коммунальной аптеки “Виола” с учреждениями здравоохранения о возможности обеспечения их лечебными препаратами; 4) определен способ улучшения финансового состояния аптеки за счет производства лекарств от орфанных болезней; 5) проанализировано использование коммунальной аптекой трейд-маркетинговых активностей (программы лояльности, программа “Жизнь с диабетом”, проекты “Опека”, “Пульс”, применение скидок на онко-препараты и льготный отпуск наркотических средств для паллиативного лечения для жителей Хмельницкого, больных с онкологическими заболеваниями; скидки на средства, применяемые в кардиохирургии; наружная реклама на фасадах аптеки POS-материалы в аптеках и визуализация препаратов на полках, обучение персонала); 6) определены приоритетные направления развития аптеки.

Авторами подтверждено, что мировые тренды развития фармацевтической отрасли являются определяющими и для дальнейшего развития аптек на региональном уровне, а коммунальная аптека, которая стала предметом исследования, течение периода установления, имеет определенные достижения в использовании трейд-маркетинговых активностей.

Ключевые слова: трейд-маркетинговая активность, потребитель, продуктовая инновация, технологическая инновация, организационная инновация, электронный рецепт, орфанные болезни, генерическое лекарственное средство.

IMPLEMENTENT BASES OF TRADE-MARKETING ACTIVITIES OF MUNICIPAL PHARMACY

Abstracts. The purpose of this article is to study the experience of using trade-marketing activities at the Community Pharmacy “Viola” and the existing global trends in the pharmaceutical business with their subsequent use in determining the priority directions of the pharmacy development.

The following questions are analyzed: 1) global trends in the pharmaceutical business (taking into account the needs of consumers and their positioning as valuable partners; using modern technologies of IT-companies for consumer orientation; developing and producing drugs from rare (orphan) diseases; increasing the number of M&A transactions); 2) proposals were made for the implementation of electronic recipes by the Community Pharmacy “Viola” (control of duplication of prescribed drugs; incompatibility of medicines; clear identification of persons with the same name; provision of sufficient capacity of cloud storage for processing millions of electronic recipes per year); 4) the method of improving the financial condition of the pharmacy through the production of medicines from orphan diseases is determined; 5) analyzed the use of a communal pharmacy trade-marketing activities (loyalty programs, the program “Living with Diabetes” projects “Marking”, “Pulse”, the application of discounts for cancerdrugs and preferential supply of drugs for palliative care for Khmelnytsky, patients with cancer disease-patients; discounts on the funds used incardiosurgery; outdoor advertising on the facades of the pharmacy; POS materials in pharmacies and visualization of drugs on shelves; training of staff); 6) the priority directions of the pharmacy development are determined.

The authors confirm that the global trends of the pharmaceutical industry development are crucial for the further development of pharmacies at the regional level, and the communal pharmacy that became the subject of the study, continuing the installation period, has some achievements in the use of trade-marketing activities.

Keywords: trade-marketing activity, consumer, product innovation, technological innovation, organizational innovation, electronic recipe, orphan disease, generic drug.

Постановка проблеми. Сучасний ринок фармацевтичної продукції є складним, багатofункціональним та багаторівневим із високими темпами зростання виробництва і продажів. В Україні виробництво фармацевтичної продукції на сьогодні здійснюють близько 135 вітчизняних підпри-

ємств, зокрема: ПрАТ “Фармацевтична фірма “Дарниця”, ПАТ “Фармак”, ПАТ НВЦ “Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод”, корпорація “Артеріум”, Група компаній “Лекхім” та інші. Приблизно 50 % медичних препаратів фармацевтичного ринку припадає саме на вітчизняні підприємства (при одночасному переважанні серед продукції застарілих, клінічно неефективних лікарських засобів), проте досить значними залишаються імпорتنі медичні препарати.

Згідно з даними SMD, найвище відносне зростання за 2017 рік продемонстрував Черкаський завод “Юрія Фарм”, який обзавівся виробничими потужностями за кордоном і піднявся з 17-го місця на 15-те, показавши найбільший темп приросту (+29 %). Лідерами рейтингу дистриб’юторів за обсягом продажів усіх категорій товарів “аптечного кошика” в грошовому вираженні залишилися три українські компанії: ПАТ “Фармак”, корпорація “Артеріум” і ПрАТ “Фармацевтична фірма “Дарниця” (близько 60 % роздрібних продажів якої складають середньо- і високовартісні препарати внаслідок поновлення продуктового портфеля за рахунок виведення нових високотехнологічних і оригінальних продуктів у сфері кардіології та неврології), що їй дозволило впровадити у виробництво 25 готових лікарських засобів, 12 найуспішніших лончів забезпечили компанії 212 млн грн. вторинних продажів [1].

Слід зазначити, що поруч з такими фармацевтичними гігантами в Україні функціонують і комунальні аптеки, що належать до територіаль-

ної громади міст, основною метою яких (згідно статутних документів) є досягнення економічних і соціальних результатів та отримання прибутку. Тому логічно, що при глобалізації економіки та яскраво вираженим глобальним трендам у фармацевтичному бізнесі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Підвищенню ефективності виробництва, якості продукції, логістичному менеджменту у фармацевтичній галузі присвячено багато праць як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, серед яких: О. А. Мех [2], З. М. Мнушко [3], О. В. Посилкіна [4] та ін. Особливості маркетингової діяльності в Україні на сучасному етапі досліджують, зокрема, Ю. Е. Бондаренко, М. В. Мокляк і О. В. Федоренко [5], І. В. Юрко та О. Ю. Устьян [6], М. Ф. Зяйлик [7], які наголошують на відсутності системності маркетингової діяльності українських фірм та зниженні її ефективності. Незважаючи на значну кількість наукових праць та наявність сучасних викликів фармацевтичному ринку України, невирішеними залишаються питання використання трейд-маркетингових активностей комунальними аптеками.

Мета статті. Метою статті є дослідження глобальних трендів у фармацевтичному бізнесі та досвіду використання трейд-маркетингових активностей на комунальній аптеці “Віола” з подальшим їх використанням при визначенні пріоритетних напрямків розвитку аптеки.

Виклад основного матеріалу. Нині на фармацевтичному ринку світу та України спостерігаються кілька

основних тенденцій: реформування надання послуг у сфері охорони здоров'я; державна підтримка у розробці нових лікарських засобів; використання нових правових інструментів; захист персональних даних пацієнтів. Відповідно серед найпоширеніших глобальних трендів у фармацевтичному бізнесі можна віднести: 1) врахування потреб споживачів та їх позиціонування як цінних партнерів; 2) використання сучасних технологій ІТ-компаній для орієнтації на споживача; 3) розробка та виробництво лікарських засобів від рідкісних (орфанних) хвороб; 4) зростання кількості М&А угод.

Першим найбільш яскравим глобальним трендом у фармацевтичному бізнесі є врахування потреб споживачів та їх позиціонування як цінних партнерів. Світові фармацевтичні компанії поступово рухаються від підходу збільшення продажів як єдиної цілі до врахування саме процесу та результатів лікування пацієнтів, розуміючи, що зворотній зв'язок з пацієнтами дає багато переваг. При цьому акцентується увага на обробці великої кількості інформації щодо відповідності процесу лікування вимогам клінічних протоколів та його ефективності.

Наразі в Україні планується впровадження електронної медицини та створення єдиної (інтегрованої) інформаційно-аналітичної системи обліку стану здоров'я громадян України, що поступово дасть можливість перейти на ведення медичних карток та видачу рецептів в електронному вигляді. Потенційно, інформацію з них можуть отримувати фармацевтичні компанії для врахування

під час розробки лікарських засобів [8].

Згідно з рішенням МОЗ України на даний час у 5 містах України — Вінниці, Дніпрі, Івано-Франківську, Черкасах та Бахмуті (Донецька обл.) вже запущено пілотний проєкт “Електронний рецепт” і до кінця 2018 р. планується його впровадження на всій території України. У рамках даного проєкту пацієнт отримав доступ до інформації про наявність препаратів в аптеках і, зокрема, через мобільний додаток мережі аптек “D.S.” мав можливість зарезервувати необхідні лікарські засоби у будь-якій зручній аптеці мережі. Даний пілотний проєкт дозволив збирати аналітичні дані (що виписав лікар; що придбав пацієнт; дані про історію лікування; порівнювати ефективність аналогів та ін.).

Електронний рецепт — це медичний документ, створений лікарем за допомогою спеціалізованого програмного забезпечення. Його перевагами є цілісність, оскільки вся історія призначень зберігається в одній базі; доступність, адже інформація про призначення доступна лікарю, провізору і пацієнту; аналітичність, оскільки є можливість виведення статистичних даних на основі історії призначень; звітність, що важливо для впровадження державних програм з реімбурсації, тощо. Послідовність роботи в пілотному проєкті “Електронний рецепт” наступна: 1) лікар формує електронний рецепт з усіма необхідними реквізитами та даними про пацієнта і робить призначення; 2) створений електронний рецепт потрапляє в захищене хмарне сховище, з якого інтегрується з про-

грамним продуктом аптечної мережі; 3) інформація про готовність отриманого аптекою замовлення надходить пацієнту у вигляді смс-повідомлення [9].

Згідно п. 2.2. Статуту міської комунальної аптеки “Віола” (від 21.09.2016 р.) серед предметів господарської діяльності підприємства є забезпечення населення, закладів охорони здоров’я, інших установ, підприємств та організацій лікарськими засобами, предметами санітарії, гігієни і догляду за хворими, перев’язочними матеріалами, дезинфікуючими засобами та іншими предметами аптечного асортименту.

Отже, враховуючи рішення МОЗ України, міська комунальна аптека “Віола” у 2018 році повинна долучитися до пілотного проекту “Електронний рецепт”. Відповідно перед комунальною аптекою можуть постати наступні завдання:

- участь в громадських обговореннях на державному рівні питання про необхідність створення єдиного класифікатора лікарських засобів (його буде інтегровано у програмний продукт медичних закладів з подальшим систематичним автоматичним оновленням);

- участь в громадських обговореннях на державному рівні питання про визначення стандарту електронного рецепта.

Міській комунальній аптеці “Віола”, спираючись на наявну практику впровадження електронних рецептів у світі, необхідно враховувати такі нюанси, як: 1) контроль дублювання препаратів, що призначаються; 2) несумісність лікарських засобів, тобто брати до уваги базу клінічної

фармації; 3) чітка ідентифікація осіб з однаковим прізвищем; 4) забезпечення достатньої потужності хмарного сховища для обробки мільйонів електронних рецептів на рік.

В контексті орієнтації на споживача можна зазначити другий глобальний тренд як використання сучасних технологій ІТ-компаній, що дозволяє розробляти мобільні додатки для налагодження контакту з пацієнтами, визначення їхніх симптомів, нагадування про графік прийому лікарських засобів, а також розробляти нові технології для проведення досліджень та виробництва лікарських засобів.

Прикладом є співпраця Google з GSK та Sanofi, IBM з Teva щодо розробок у сфері біоелектронної медицини. У 2017 р. компанія Novartis провела перше клінічне дослідження, засноване на використанні смартфонів. Компанія Otsuka отримала дозвіл від Управління санітарного нагляду за якістю харчових продуктів та медикаментів США на виробництво “електронних пігулок”, що містять чіпи (дозволяють отримувати інформацію, коли такі пігулки були прийняті, передає ці дані до мобільного додатку та веб-порталу в режимі реального часу). Використання такого підходу дозволяє слідкувати за перебігом лікування людей з серйозними психічними захворюваннями.

Враховуючи високий рівень розвитку ІТ-індустрії в Україні, координація та взаємодія між фармацевтичними компаніями та ІТ-компаніями може стати важливим напрямком у діяльності вітчизняної фармацевтичної галузі.

Водночас у процесі збирання фармацевтичними компаніями інформації про стан здоров'я осіб та використання сучасних технологій особливо важливим є питання щодо юридичного оформлення отримання такої інформації, яка містить "чутливі" персональні дані – інформацію про стан здоров'я особи, що перебуває під особливим захистом українського законодавства, чинної Директиви Європейського Союзу № 95/46/ЄС, Регламенту ЄС щодо захисту персональних даних, який набуде чинності 25.05.2018 р. [9].

Однією з тенденцій сучасного фармацевтичного ринку є переміщення уваги на розробку та виробництво лікарських засобів від рідкісних (орфанних) хвороб, які загрожують життю людини або хронічно прогресують, призводять до скорочення тривалості життя або до інвалідності, поширеність яких серед населення становить не частіше ніж 1 : 2000.

В Україні також передбачені певні пільги, але здебільшого вони стосуються саме виробників, які мають реєстрацію орфанних лікарських засобів за кордоном. Наприклад, експертиза матеріалів щодо лікарських засобів, ліцензованих Європейським агентством з лікарських засобів за централізованою процедурою, оригінальних (інноваційних) лікарських засобів, що були зареєстровані в країнах, регуляторні органи яких застосовують високі стандарти якості, що відповідають стандартам, рекомендованим Всесвітньою організацією охорони здоров'я (США, Японія, Австралія, Швейцарія, Великобританія, країни ЄС) проводиться за скороченим терміном у 45 днів. Лаборатор-

ні випробування під час реєстрації таких лікарських засобів не проводяться, що значно пришвидшує та здешевлює процедуру реєстрації.

Також дозволяється ввозити незареєстровані лікарські засоби на митну територію, якщо вони допущені до застосування на території США або держав-членів ЄС. Міністерство охорони здоров'я України (далі – МОЗ) у співпраці з Програмою розвитку ООН підписало низку довгострокових угод з виробниками орфанних ліків, поставка яких фінансується з державного бюджету України, що забезпечує виробників постійним ринком збуту. До того ж перелік програм для фінансування закупівлі лікарських засобів від рідкісних хвороб, як і перелік таких хвороб, поступово розширюється [9].

Виробництво генеричних лікарських засобів є одним з пріоритетних напрямків у діяльності фармацевтичних компаній. Індія, як один з найбільших виробників лікарських засобів, завдяки наявному правовому регулюванню має частку 20 % від загального експорту генериків та біосимілярів у світі. В Україні, враховуючи матеріальний стан населення, фінансування державою генериків за програмою реімбурсації та недостатню підтримку розробки оригінальних (інноваційних) лікарських засобів, спостерігається тенденція до виробництва саме таких лікарських засобів.

У Наказі МОЗ № 426 від 26.08.2005 р. надається визначення генеричного лікарського засобу як такого, що має аналогічний кількісний та якісний склад діючих речовин і таку саму лікарську форму, що й

оригінальний (інноваційний) препарат, а також що взаємозамінність з ним доведена на підставі відповідних досліджень. Фактично, виробництво генериків можливе після спливу строку патентів на оригінальні лікарські засоби. Однак сьогодні правове регулювання у сфері патентування в Україні певним чином обмежує вітчизняних виробників у виробництві генеричних лікарських засобів.

В той же час Україна, як учасниця Світової організації торгівлі, підписала Угоду про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (далі — Угода ТРІПС), взявши на себе зобов'язання виконувати додаткові застереження, які прямо не передбачені угодою. Так, до Закону України “Про лікарські засоби” внесене положення про встановлення так званого “ексклюзивного” терміну в 5 років щодо захисту інформації, яка міститься у досє компаній, що реєструють оригінальні препарати в Україні. Протягом цього терміну, навіть після спливу дії патенту, не може бути зареєстрований препарат, який має таку ж діючу речовину, окрім передбачених законом випадків.

Водночас, 23.01.2017 р. набули чинності зміни до Угоди ТРІПС, якими передбачено механізм примусового ліцензування стосовно запатентованої фармацевтичної продукції, який дозволяє країнам забезпечити доступність необхідних генеричних лікарських засобів, вироблених в інших державах. Такий механізм передбачено також у національному законодавстві.

Виробництво генеричних лікарських засобів є світовою тенденцією, яка набуває поширення в Україні.

Виробництва генеричних лікарських засобів, за умови вдосконалення нормативно-правового регулювання, може стати перспективним напрямком розвитку міської комунальної аптеки “Віола” як їх виробника, а генерики — доступнішими для населення.

В той же час, згідно п. 2.2. Статуту міської комунальної аптеки “Віола” (від 21.09.2016 р.) серед предметів господарської діяльності підприємства є виробництво лікарських засобів, роздрібна торгівля лікарськими засобами (виробництво лікарських засобів в умовах аптеки).

Віола постійно посилює співпрацю із закладами охорони здоров'я щодо можливості забезпечення їх лікувальними препаратами, в результаті чого укладені договори із: Хмельницькою міською лікарнею на постачання медикаментів на суму 730,000 тис. грн (антибіотики) та 299,061 тис. грн (антисептики), 826,0 тис. грн (медикаменти загальної групи); Хмельницька міська дитяча лікарня — на суму 220,0 тис. грн (вітаміни, кардіо-препарати); Хмельницький міський перинатальний центр — на суму 360,0 тис. грн (наркотичні лікарські засоби та засоби для наркозу); Хмельницькаобласна дитяча лікарня — 145,0 тис. грн (засоби для наркозу), 886,0 тис. грн (медикаменти загальної групи). З квітня 2017 року після впровадження Урядової програми “Доступні ліки” МКА Віола відпустила ліків понад 1,5 млн грн. З липня 2017 р. Віола стала учасником державної програми “Відшкодування вартості інсуліну через аптеки”. До кінця 2017 р. реалізовано інсуліну на понад 2,0 млн грн. Безоплатно та пільгово мешканцям

м. Хмельницького відпущено лікарських засобів на понад 4,6 млн грн. Громадянам, які постраждали внаслідок аварії на ЧАЕС, безоплатно відпущено ліків на 340,0 тис. грн. За Програмою “Здоров’я хмельничан” відпущено ліків понад 270,0 тис. грн.

Крім цього, на сьогодні міською комунальною аптекою “Віола” здійснюється виробництво: антисептичних та дезінфікуючих засобів та метиленового синього (антисептичний засіб-барвник). В основі механізму антисептичної дії метиленового си-

нього лежить його здатність реагувати з певними кислотами або основними групами речовин грамозитивних бактеріальних клітин, із мукополісахаридами і білками з утворенням малорозчинних і повільно іонізуючих комплексів.

В таблиці 1 наведена інформація про формування фінансового результату комунальною аптекою “Віола” у 2017 році в розрізі 14 структурних аптекних пунктів та рецептурного відділу та відділу з виробництва готових ліків.

Формування фінансового результату комунальною аптекою у 2017 році в розрізі структурних аптекних пунктів

тис. грн.

Аптечний пункт	Показник					
	Загальний дохід	Дохід від основної діяльності	Загальні витрати	Собівартість продукції, товарів, робіт (послуг)	Накладні витрати	Фінансовий результат до оподаткування
№ 1	5747,4	5737,1	5332,2	4876,5	268,4	146,8
№ 2	665,9	664,7	675,4	504,9	31,1	-9,5
№ 3	3416,8	3410,7	3277,7	2899,1	159,6	139,1
№ 4	6298,7	6287,4	6004,6	5344,3	293,1	294,1
№ 5	12858,7	12835,6	12473,8	10910,3	600,5	384,9
№ 6	2699,8	2694,9	2639,5	2290,7	126,1	60,3
№ 7	3909,8	39022,8	3799,7	3317,4	182,9	110,1
№ 8	1775,5	1772,3	1692,2	1506,4	82,9	83,3
№ 9	647,9	646,8	659,4	518,8	30,3	-11,4
№ 10	3034,1	3028,6	2959,6	2574,3	141,7	74,5
№ 11	1811,1	1807,8	1764,5	1536,7	84,6	46,5
№ 12	4833,5	4824,8	4871,5	4101,1	225,7	-7,9
№ 13	1756,9	1753,8	1754,1	1470,1	82,1	2,8
Рецептурний відділ	1084,1	1082,1	1673,3	917,8	50,6	-589,2
Відділ з виробництва готових ліків	4256,7	4232,5	4660,9	3580,7	198,8	-404,2
Разом	54796,7	89801,9	54238,4	46349,1	2558,4	320,2

Як вказують результати проведеного аналізу фінансові результати від основної діяльності комунальної аптеки “Віола” є прибутковими в порівнянні із збитковим рецептурним відділом (збиток від основної діяльності становить 589,2 тис. грн) та відділом з виробництва готових ліків (збиток від основної діяльності становить 404,2 тис. грн).

В організаційній структурі закладу рецептурний відділ виконує важливі завдання і функції по лікарському забезпеченню населення, а саме: 1) прийом рецептів від амбулаторних хворих (при відсутності самостійних відділів запасу відділ приймає накладні-вимоги від ЛПЗ); 2) виготовлення ліків за рецептами і вимогами; 3) контроль якості виготовлених ліків; 4) відпуск ліків за рецептами лікарів (при відсутності самостійного відділу запасів — відпуск ліків за накладними-вимогами ЛПЗ. В той же час діяльність, пов’язана з серійним випуском лікарських засобів у вигляді напівфабрикатів і внутрішньоаптечної заготовки, а також на замовлення (вимоги) ЛПЗ забезпечується відділом з виробництва готових ліків.

Слід зазначити, що покращити фінансовий стан збиткових відділів комунальної аптеки “Віола” можливо при розробці та виробництві лікарських засобів від рідкісних хвороб, ґрунтуючись на перспективність такого напрямку у світовому фармацевтичному бізнесі.

Ще одним із трендів у галузі фармацевтики та біотехнологій є зростання кількості М&А угод. Фармацевтичні компанії прагнуть зайняти передові позиції, здійснюючи ви-

робництво як вже відомих, так і нових для них лікарських засобів, а також значно зменшити витрати шляхом консолідації. До того ж існує практика М&А угод між фармацевтичними виробниками та компаніями, які займаються розробками біотехнологій, що дозволяє поєднувати досягнення у цих галузях. Найбільше М&А угод стосується компаній, які займаються розробкою лікарських засобів від онкологічних хвороб, а також інфекційних хвороб, хвороб ЦНС, ендокринних та метаболічних розладів.

Також для прискорення процесу розробки лікарських засобів використовуються специфічні правові механізми, які притаманні галузі фармацевтики, а саме: in-licensing (придбання об’єктів права інтелектуальної власності, головним чином реєстраційного досьє, на готовий лікарський засіб в іншого фармацевтичного розробника/виробника, з метою реєстрації цього лікарського засобу та виведення його на ринок власними зусиллями) та out-licensing (продаж прав на такі об’єкти для виведення на ринок зусиллями сторонньої компанії).

Таким чином, новою тенденцією є той факт, що поступово здійснюється перехід від укладення М&А угод на етапі, на якому дозволи регуляторних органів вже отримані, до укладення їх на початкових етапах розробки лікарських засобів — етапах доклінічних та клінічних досліджень.

Крім того, новим віянням на ринку охорони здоров’я великі міжнародні корпорації починають створювати незалежні компанії з охорони здоров’я, які мають на меті забезпечити працівників таких корпорацій

безкоштовним доступом до охорони здоров'я. З останніх прикладів такого альянсу корпорацій є Amazon, Berkshire Hathaway та JPMorgan Chase. Варто зазначити, що ефективність подібних альянсів здійснюватиме значний вплив на фармацевтичний ринок, оскільки метою незалежних компаній є доступність до охорони здоров'я, а тому незалежні компанії будуть націлені на зменшення вартості розробки й виробництва фармацевтичної продукції та надання послуг у сфері охорони здоров'я.

Щодо викликів і прогнозів розвитку фармацевтичного ринку України, які можна буде спостерігати протягом наступних років, глобальні тренди стимулюватимуть учасників фармацевтичного ринку до використання сучасних технологій та специфічних правових механізмів, а також залучення відповідного фінансування для розробки оригінальних лікарських засобів.

Розвиток фармацевтичного ринку напряму залежить від успішності реалізації Україною державної політики у сфері охорони здоров'я та імплементації учасниками фармацевтичного ринку глобальних трендів у свою діяльність.

Отже, розглянувши основні тренди, які спостерігаються у фармацевтичній галузі світу, необхідно зупинитися на трейд-маркетингових активностях. На думку, Н. Жердяєва [10], головною метою трейд-маркетингу є забезпечення міцного положення торгової марки на ринку, "проштовхнення" товару через торговельну мережу (канали) до споживача. І дійсно, трейд-маркетинг

(торговий маркетинг) — це один із напрямів маркетингу, який дає змогу збільшувати продаж за рахунок впливу на товаропровідний ланцюг від виробника до кінцевого споживача, максимально впливаючи на вибір останнього.

Розглянемо ступінь використання комунальною аптекою Віола трейд-маркетингових активностей:

- акційні пропозиції — протягом 2017 р. взагалі не реалізовувалися;
- програми лояльності — виготовлено картку постійного клієнта на знижку 3 % на лікарські засоби та виробу медичного призначення (з метою збільшення та утримання клієнтів).

Слід зазначити, що комунальною аптекою протягом 2017 року взято участь у двох проєктах:

- "Опіка" — знижки на онко-препарати та пільговий відпуск наркотичних засобів для паліативного лікування для хмельничан, хворих із онкологічними захворювання-пацієнтами ХООД (покупці аптечного пункту № 5);
- "Пульс" — знижки на засоби, що застосовуються в кардіохірургії, для хмельничан із серцево-судинними захворюваннями, пацієнтів кардіохірургії ХОЛ (покупці аптечного пункту № 6) та кардіологічного відділення ХМЛ (покупці аптечного пункту № 13).

• зовнішня реклама на фасадах аптеки — розміщено додаткові вивіски та банери в аптечних пунктах; оновлено вивіску в аптеці "Соціальна" № 1;

• POS-матеріали в аптеках та візуалізація препаратів на полицях — постійно здійснюється презентація

лікарських засобів та медичних препаратів;

- навчання персоналу.

Слід зазначити, що комунальною аптекою протягом 2017 року Здійснено заходи із покращення якості обслуговування відвідувачів, в т.ч шляхом залучення персоналу до участі в навчанні:

- пройдено в I півріччі 2017 р. навчання 9 спеціалістів, 2 з них присвоєно вищу кваліфікаційну категорію та 2 підтверджено вищу категорію, фахівці постійно проходять тренінги, семінари, зокрема проведено тренінг на тему “Етика та деонтологія першостольника, робота з “категоричними” клієнтами”. Працівники аптечних пунктів №2, № 4, № 6 приймали участь у семінарі із знаомством з препаратами “Санофі-Авентіс”, “Байер”, “Берлін-Хемі”.

- проведено Програму “Життя з діабетом” на базі соціальної аптеки № 1 (вул. Кам'янецька, 62), які провели безкоштовний семінар для відвідувачів аптеки на тему “Профілактика ускладнень при цукровому діабеті” з безкоштовним вимірюванням рівня глюкози в крові при сприянні вітчизняного виробника Віола з метою підвищення впізнаності бренду Віола для формування сили та лояльності бренду.

Слід зазначити, що наразі комунальною аптекою Віола здійснюється окремі трейд-маркетингові активності, однак для їх більшої результативності необхідно здійснювати інші заходи: 1) погодження тренд-маркетингово плану на рік відповідно до фокусів підприємства (з врахуванням сезону, медійної активності препарату); 2) створення преміальної

викладки; 3) підкріплення продажу фокусної позиції грамотною консультацією фармацевтичними спеціалістами; 4) інформування покупців про власні активності (смс-розсилка, публікація в соціальних мережах); 5) подальший розвиток власного сайту для залучення нових покупців; 6) створення на підприємстві відділу трейд-маркетингу; 7) облік та аналіз результатів з використання ефективних трейд-маркетингових активностей.

Водночас загальновідомими основними напрямками розвитку інновацій фармацевтичними підприємствами залишаються:

I. Продуктові (1.1. розробка пріоритетних інноваційних лікарських засобів; 1.2. отримання нових хімічних субстанцій; 1.3. створення нових лікарських форм з покращеними фармакологічними властивостями; 1.4. використання нових носіїв ліків; 1.5. створення нових комбінацій вже існуючих хімічних субстанцій; 1.6. розвиток біотехнологій);

II. Технологічні (2.1. впровадження у виробництво нових ресурсозберігаючих технологій; 2.2. розробка нових технологічних і біотехнологічних процесів; 2.3. оновлення виробничого устаткування; 2.4. модернізація і розширення виробничих потужностей; 2.5. перехід виробництва відповідно до правил GMP);

III. Організаційні (3.1. використання системи збалансованих показників; 3.2. впровадження системи CRM-систем; 3.3. формування лояльності клієнтів; 3.4. впровадження електронних форм збору і обробки інформації; 3.5. розвиток інтернет-маркетингу, on-line комунікації;

3.6. створення маркетингових інформаційних систем; 3.7. брендування лікарських препаратів).

Враховуючи існуючі світові тренди розвитку фармацевтичного

бізнесу та напрямки розвитку інновацій фармацевтичними підприємствами, надаємо пропозиції щодо пріоритетного напрямку розвитку комунальної аптеки Віола (таблиця 2).

Визначення пріоритетного напрямку розвитку комунальної аптеки на основі трендових проявів світової фармацевтичної галузі

Назва тренду	Набір напрямів розвитку інновацій	Ступінь досягнення		Назва можливої тренд-маркетингової активності
		Здобуток	Пріоритет	
Врахування потреби споживача	1.4, 2.1, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.6, 3.7		Електронний рецепт (участь у створенні єдиного класифікатора лікарських засобів та визначення стандарту електронного рецепта) з чіткою ідентифікацією осіб з однаковим прізвищем. Можливість зворотнього зв'язку із хворим	інформування покупців про власні активності (смс-розсилка, публікація в соціальних мережах) про: 1) результати контролю дублювання препаратів, що призначаються; 2) несумісність лікарських засобів; 3) забезпечення достатньої потужності хмарного сховища для обробки мільйонів електронних рецептів на рік
Розробка та виробництво від рідкісних (орфанних) хвороб	1.1, 1.2, 1.4, 1.5, 1.6, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 3.2, 3.6, 3.7		Співпраця з благодійними фондами. Посилена співпраця із закладами охорони здоров'я щодо можливості забезпечення їх лікувальними препаратами	Розробка програм лояльності з пацієнтами на орфанні хвороби
Виробництво генеричних лікарських засобів	1.2, 1.3, 1.5, 1.6, 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 3.2, 3.6, 3.7	Виробництво: антисептичних та дезінфікуючих засобів та (антисептичних засобів-барвників. Посилена співпраця із закладами охорони здоров'я щодо можливості забезпечення їх лікувальними препаратами	Співпраця із закладами охорони здоров'я щодо можливості забезпечення їх лікувальними препаратами	Використання акційних пропозицій. Погодження тренд-маркетингово плану на рік відповідно до фокусів підприємства (з врахуванням сезону, медійної активності препарату). Підкріплення продажу фокусної позиції грамотною консультацією фармацевтичними спеціалістами. Інформування покупців про власні активності

Отже, аптека віола, маючи збитковий напрямок роботи при виробництві власних лікарських засобів та тривалу співпрацю із закладами охорони по забезпеченні їх лікувальними препаратами, непогані показники трейд-маркетингових активностей, враховуючи правильний набір розвитку інновацій у фармацевтичній галузі та тренди світового масштабу, перед особою має цілий перелік пріоритетного розвитку, а саме: участь у електронному рецепті (для врахування потреб споживачів); співпраця з благодійними фондами та закладами охорони здоров'я (для розробки та виробництво від рідкісних (орфанних) хвороб), співпраця із закладами охорони здоров'я (для виробництва генеричних лікарських засобів).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, за проведеним дослідженням можна зробити такі висновки: світові тренди розвитку фармацевтичної галузі є визначальними і для подальшого розвитку аптек на регіональному рівні; комунальна аптека, що стала предметом дослідження, продовж періоду встановлення (23 роки на ринку м. Хмельницького), має певні здобутки у використанні маркетингових активностей. Завдяки симбіозу макрофакторів розвитку світового фармацевтичного ринку із наявними здобутками регіональної комунальної аптеки, визначено найпріоритетніші напрями її розвитку, що в подальшому дасть можливість не тільки покращити дохід від основної діяльності, але й розширити нові робочі місця та вийти на національний ринок як виробника лікарських

засобів та медичних препаратів для пацієнтів з рідкісними (орфанними) хворобами та бути впізнаним брендом для пацієнтів з недостатнім рівнем доходу (виробництво генеричних лікарських засобів).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Історія одужання: як український фармриннок виходить із кризи [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mind.ua/publications/20184072-istoriya-oduzhannya-yak-ukrayinskij-farmrinok-vihodit-iz-krizi>
2. Мех О. А. Інноваційно-соціальні аспекти розвитку фармацевтичної галузі України: монографія / О. А. Мех. К.: Знання, 2008. 408 с.
3. Международный маркетинг в фармации: монография / З. Н. Мнушко, Н. В. Чмыхало, Н. М. Мусиенко и др. Харьков. : Изд-во НфаУ: Золотые страницы, 2006. 392 с.
4. Фармацевтична логістика: монографія / О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак-Нікітюк, Б. П. Громовик / М-во охорони здоров'я України; Нац. фармац. ун-т. Х.: Вид-во НФаУ, 2004. 437 с.
5. Мокляк М. В. Проблеми впровадження та управління маркетинговою діяльністю на українських підприємствах / М. В. Мокляк, Ю. Е. Бондаренко, О. В. Федоренко // Глобальні та нац. проблеми економіки. 2015. Вип. 3. С. 366–369.
6. Аптеки світу – 2018: економіка аптечного підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/461562>
7. Жердяев Н. Трейд-маркетинг или создание стимулов для оптовых и розничных торговцев // Новый маркетинг. 2008. № 4. С. 56–62.

REFERENCES

1. Istoriya oduzhannya: yak ukrayins'kyi farmrynok vykhodyt' iz kryzy [The history of recovery: how the Ukrainian pharmaceutical market is emerging from the crisis]. (n.d.). base. *Special project Mind*. Retrieved from <https://mind.ua/publications/20184072-istoriya-oduzhannya-yak-ukrayinskij-farmrynok-vihodit-iz-kryzy> / [in Ukrainian].
2. Mekh O. A. (2008). *Innovatsiyno-sotsial'ni aspekty rozvytku farmatsevtichnoyi haluzi Ukrayiny* [Innovation and social aspects of the development of the pharmaceutical industry in Ukraine]. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
3. Mnushko Z. N., Chmykhalo N. V., Musienko N. M. (2006). *Mezhdunarodnyy marketing v farmatsii* [International marketing in pharmacy]. Kharkiv: NfaU: Zolotyie stranitsy [in Russian].
4. Posylkina O. V., Sahaydak-Nikityuk R. V., Hromovyk B. P. (2004). *Farmatsevtichna lohistyka* [Pharmaceutical logistics]. Kharkiv: NfaU [in Ukrainian].
5. Mokliak M. V., Bondarenko Yu. E & Fedorenko O. V. (2015). Problemy vprovadzhennia ta upravlinnia marketynhovoio diialnistiu na ukraïnskykh pidpriemstvakh [Problems of implementation and management of marketing activity at Ukrainian enterprises]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – Global and national economic problems*, 3, 366– 369 [in Ukrainian].
6. Apteky svitu – 2018: ekonomika aptechnoho pidpriyemstva [Pharmacies of the World-2018: Economy of the Pharmacy Enterprise]. (n.d.). base. *The pharmacy online newspaper*. Retrieved from <https://www.apteka.ua/article/461562> [in Ukrainian].
7. Zherdyayev N. (2008). Treyd-marketing ili sozdaniye stimulov dlya optovykh i roznichnykh torgovtsev [Trade marketing or the creation of incentives for wholesale and retail traders]. *Novyy marketing – New marketing*, 4, 56–62 [in Russian].