



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



СОЦІАЛЬНА ФАРМАЦІЯ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

МАТЕРІАЛИ
VIII МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ДИСТАНЦІЙНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

27 квітня 2023 року



Харків
НФаУ
2023

Редакційна колегія: проф. А. А. Котвіцька (голова), проф. І. М. Владимірова, доц. А. В. Волкова, доц. Ю. В. Корж, асист. І. О. Сурікова, асист. А.А. Ноздріна

Посвідчення Українського інституту науково-технічної експертизи та інформації від 19 грудня 2022 р. № 549

Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи :
С 69 матер. VIII Міжнар. наук.-практ. дистанційної конференції (27 кв. 2023 р., м. Харків) / ред. кол.: А. А. Котвіцька та ін. – Х.: НФаУ, 2023. – 508 с.

Збірник містить матеріали міжнародної науково-практичної дистанційної конференції «Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи», в яких розглянуті питання щодо сучасного стану впровадження концепції соціальної фармації як складової ефективної сфери охорони здоров'я; особливостей нормативно-правового регулювання фармацевтичного забезпечення населення та тенденцій управління фармацевтичним сектором сфери охорони здоров'я; перспектив та розвитку соціально-ефективних механізмів забезпечення доступності фармацевтичної допомоги населенню; раціональної фармакотерапії як головного елементу ефективного та безпечного фармацевтичного забезпечення населення; сучасного стану діджиталізації та інформаційного забезпечення сфери охорони здоров'я; соціальних тенденцій менеджменту та маркетингу у фармації та соціальної відповідальності бізнесу в фармації; фармакоекономічного аналізу схем лікування соціально-небезпечних захворювань; організації фармацевтичної допомоги в умовах надзвичайних ситуацій; соціально-психологічних та морально-етичних аспектів фармацевтичної діяльності в сучасних умовах; історичних аспектів медицини та фармації; викладання організаційно-економічних дисциплін у закладах вищої медичної та фармацевтичної освіти в умовах воєнного стану.

Матеріали подаються мовою оригіналу.

За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори.

Редколегія не завжди поділяє погляди авторів.

АНАЛІЗ НАПОВНЕННЯ САЙТІВ АПТЕК	
Дорикевич К., Курило К.	375
СОЦІАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ Й МАРКЕТИНГУ ТА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В ФАРМАЦІЇ	
ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ПОХІДНИХ ТРИАЗОЛУ, З ПРОТИГРИБКОВОЮ ДІЄЮ	
Гурін А. В., Британова Т. С.	379
ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ГАСТРОЕЗОФАГЕАЛЬНОЇ РЕФЛЮКСНОЇ ХВОРОБИ	
Зарічна Т.П., Жерруф Хадіжа	381
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛЮКОМЕТРІВ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ	
Злагода В.С., Благун О.Д., Гайдай О.Д., Баліцька О.П., Балинська М.В., Бондар Л.М.	383
ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
Колпакова Д.Р., Лісна А.Г.	384
МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ АПТЕЧНОГО ЗАКЛАДУ	
Корнілова Л.А., Лісна А.Г.	387
ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ЧИННИКІВ АПТЕЧНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГУ НА ВІДВІДУВАЧІВ АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ	
Кучер Л. С., Чухрай І. Л.	391
ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ, ЯКІ НАДАЮТЬ ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ У РАЗІ ЗАХВОРЮВАНЬ ГОРЛА	
Лукашевич Д.О., Зарічна Т.П.	392

найчастіше за порадою фармацевта (41,4%) та під впливом *акційних заходів*, які проводяться в АЗ (39,6%).

Дослідження думки респондентів стосовно привабливої та зручної викладки товару, як важливого елемента мерчандайзингу, показало, що понад половини (57%) відвідувачів зауважують це. Проте для 29,6% і 13,4% опитаних зазначене відповідно не є важливим або не привертає увагу.

Здійснений аналіз ставлення до застосування елементів нейромаркетингу в АЗ показав, що основна частина споживачів надає перевагу в оформленні аптеки білому (26,2%), зеленому (25,2%) та синьому (9,7%) кольорам, хоча для 31,8% опитаних це не має значення. До музичного супроводу в аптечних закладах позитивно відносяться 25,5% респондентів, реакція на музику залежить від настрою у 20,2%. Проте для майже половини (46,4%) відвідувачів АЗ наявність музичного супроводу не є важливим.

Отже, шляхом анкетного опитування 321 респондента вивчено чинники, які впливають на вибір ними АЗ та їх реагування на використання елементів аптечного мерчандайзингу.

**ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ,
ЯКІ НАДАЮТЬ ЛІКАРСЬКІ ЗАСОБИ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ
У РАЗІ ЗАХВОРЮВАНЬ ГОРЛА**

Лукашевич Д.О., Зарічна Т.П.

Запорізький державний медико-фармацевтичний університет,

м. Запоріжжя, Україна

toma.zarichnaya@gmail.com

Загальні захворювання глотки і горла – це причина чвертини всіх звернень до оториноларинголога, а у практиці сімейного лікаря ця патологія трапляється практично щоденно у будь-яку пору року. Загалом – це ціла група

захворювань (тонзиліт, фарингіт, ларингіт, трахеїт та інші). Так або інакше проблеми горла й гортані мають місце при грипі, парагрипі та гострих респіраторних інфекціях.

У зв'язку з вищеназваним, актуальним є своєчасна якісна фармацевтична допомога цільовій групі хворих.

Мета даного дослідження – вивчення конкурентоспроможності фармацевтичних компаній, які виробляють лікарські засоби, що застосовуються у разі захворювань горла, для фармацевтичного ринку України.

Для виконання дослідження було використано наступні електронні джерела інформації: Державний реєстр лікарських засобів України, Компендіум–онлайн, застосовано системно-аналітичний, математико–статистичні методи.

Проведене дослідження дозволило встановити, що на даному сегменті в обігу знаходяться 173 найменування ліків зазначеної дії, які виробляють 19 компаній з України та 26 компаній з 16 країн світу.

Серед вітчизняних виробників лідерами є ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» (13 найменувань, що складає 14,9% від вітчизняних компаній), АТ «Фармак» (10 найменувань, 11,5% відповідно), ПАТ «Фармацевтична фабрика «Віола» (9 найменувань, 10,3%).

Серед закордонних фармацевтичних фірм провідними є німецькі – 14 найменувань (16,8%) та іспанські – 11 лікарських засобів (12, 8%).

Результати розрахунку частки сегменту вітчизняного ринку зазначених лікарських засобів, яку займає кожна з фірм – виробників, показали, що найбільшу частину даного сегмента займають :

- ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» ($d = 0,0751$),
- АТ «Фармак» ($d = 0,0578$),
- ПАТ «Фармацевтична фабрика «Віола» ($d = 0,0520$),
- компанія з Великої Британії «Реккіт Бенхізер Хелекер Інтернешенал Лімітед ($d = 0,0578$).

Для визначення рівня конкуренції між виробниками препаратів – аналогів, досліджувані препарати були поділені на 28 груп за діючими речовинами згідно класифікації АТС.

Розрахований коефіцієнт напруженості K_{vi} за формулою:

$$K_{vi} = (n-1)/n,$$

де n – кількість всіх конкурентних аналогів фірм, дозволив встановити, що найбільша конкуренція спостерігається серед виробників препаратів – аналогів деквалінію хлориду ($K_{vi} = 0,94$), гексетидину ($K_{vi} = 0,94$), бензидаміну гідрохлориду ($K_{vi} = 0,94$).

Таким чином, було вивчено конкурентоспроможність фармацевтичних компаній, які виробляють лікарські засоби, що застосовуються у разі захворювання горла для українського ринку ліків. Визначені найбільш успішні з них, серед яких провідне місце займають вітчизняні компанії.

Результати даного дослідження можуть бути використані фармацевтичними підприємствами для поліпшення їх діяльності та удосконалення фармацевтичної допомоги населенню України.

Дослідження з даного напрямку будуть продовжені.

ВИЗНАЧЕННЯ СПОЖИВЧИХ УПОДОБАНЬ КОСМЕТОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ З ВИДАЛЕННЯ ВОЛОССЯ: ОПИСОВЕ ПЛОТНЕ ВЕБ-ДОСЛІДЖЕННЯ

Маганова Т. В., Ткаченко Н. О., Вайсман А. А.

Запорізький медико-фармацевтичний університет, м. Запоріжжя, Україна
bataneofarm@gmail.com, tkachenkonat2@gmail.com

Споживачі медичних, фармацевтичних та косметологічних послуг все частіше прагнуть приймати участь у прийнятті рішень щодо охорони здоров'я. Проте, невирішеною залишається наукова проблема розробки підходів та методик визначення й обґрунтування переліку послуг, яким віддають