

УДК 615.1:339.13(477):616-036.21

DOI: 10.31617/2.2022(41)02

Наталія ПРИТУЛЬСЬКА

д. т. н., професор кафедри товарознавства,
управління безпечністю та якістю,
перший проректор з науково-
педагогічної роботи
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
pritul'ska@knu.edu.ua

Nataliia PRYTULSKA

Doctor of Technical Sciences,
Professor at the Department of Commodity
Science, Safety and Quality Management,
First Vice-Rector for Scientific
and Pedagogical Work
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
ORCID: 0000-0002-9010-4190

Юлія МОТУЗКА

д. т. н., професор, завідувач кафедри
товарознавства, управління безпечністю
та якістю Державного торговельно-
економічного університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
y.motuzka@knu.edu.ua

Yuliia MOTUZKA

Doctor of Technical Sciences, Professor,
Head of the Department of Commodity
Science, Safety and Quality Management
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
ORCID: 0000-0003-0400-6445

Анна КОШЕЛЬНИК

доктор філософії
(Управління та адміністрування),
асистент кафедри товарознавства,
управління безпечністю та якістю
Державного торговельно-економічного
університету
вул. Кіото, 19, м. Київ, 02156, Україна
a.koshelnyk@knu.edu.ua

Anna KOSHELNYK

Doctor of Philosophy
(Management and Administration),
Assistant Professor
at the Department of Commodity Science,
Safety and Quality Management
State University of Trade and Economics
19, Kyoto St., Kyiv, 02156, Ukraine
ORCID: 0000-0002-0322-9375

ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Вступ. Сучасний фармацевтичний ринок України й світу включає виробництво лікарських засобів, дієтичних добавок, лікувальної косметики, засобів гігієни та виробів медичного призначення, зокрема медичного трикотажу, дитячих товарів, медичного обладнання тощо.

Проблема. Нині фармацевтична продукція входить до групи товарів першої необхідності. Враховуючи стрімке зростання споживчого попиту, а також розширення переліку товарних категорій, що входять до "аптечного кошика", дослідження фармацевтичного ринку саме в період пандемії COVID-19 є вкрай актуальним.

Мета статті – дослідження динаміки розвитку фармацевтичного ринку України та визначення його основних тенденцій в умовах пандемії COVID-19.

PHARMACEUTICAL MARKET OF UKRAINE: DEVELOPMENT TRENDS IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 PANDEMIC

Introduction. The modern pharmaceutical market of Ukraine and the world includes the production of medicines, dietary supplements, medical cosmetics, hygiene products and medical products, including medical knitwear, children's goods, medical equipment and more.

Problem. Currently, pharmaceutical products are part of the group of essential goods. Taking into account the rapid growth of consumer demand, as well as the expansion of the list of product categories included in the "pharmacy basket", the study of the pharmaceutical market during the pandemic COVID-19 is extremely relevant.

The aim of the work is to study the dynamics of development of the pharmaceutical market of Ukraine and determine its main trends in the pandemic COVID-19.

© Наталія Притулська, Юлія Мотузка, Анна Кошельник, 2022

Внесок авторів є рівнозначним.

Автори не отримували прямого фінансування для цього дослідження.

Методи. Використано методи статистичного та системного аналізу, узагальнення, порівняння тощо. Основна інформаційна база дослідження – дані міжнародних та вітчизняних організацій, наукові джерела, інтернет-ресурси.

Результати дослідження. Протягом останніх років спостерігаються активний розвиток українського фармацевтичного ринку, значне збільшення обсягів продажу фармацевтичної продукції. Це пояснюється зростанням попиту на засоби індивідуального захисту, медичні технічні прилади для діагностики стану хворого та засоби для подолання наслідків коронавірусної хвороби.

Встановлено, що частка закордонних виробників переважає над вітчизняними, а більшість продажів становлять товари високої вартості.

Висновки. Фармацевтичний ринок протягом останніх років демонструє суттєве зростання, оскільки, *по-перше*, збільшено обсяг споживання лікарських засобів більш високої цінкової категорії. *По-друге*, розвиток ринку значною мірою зумовлений епідеміологічною ситуацією. *По-третє*, спостерігається тенденція щодо збільшення частки дієтичних добавок у загальній структурі ринку.

Загалом усі підприємства з топ-20 виробників продемонстрували зростання кількості продажів та своєї частки у загальних обсягах поставок товарів "аптечного кошика".

Проблеми, пов'язані з технологічною та матеріальною базою, а також з низькою купівельною спроможністю населення, перешкоджають динамічному розвитку фармацевтичної галузі.

Ключові слова: ринок, фармацевтичний ринок, лікарські засоби, дієтичні добавки, фармацевтичні товари, аптека, аптечна мережа, асортимент.

Methods. Methods of statistical and system analysis, generalization, comparison, etc. are used. The main information base of the research is data of international and domestic organizations, scientific literature sources, Internet resources.

Results. In recent years, there has been an active development of the Ukrainian pharmaceutical market and a significant increase in sales of pharmaceutical products. This is due to the growing demand for personal protective equipment, medical technical devices for diagnosing the patient's condition and tools to overcome the consequences of coronavirus disease.

It was found that the share of foreign producers outweighs domestic ones, and the majority of sales are high value goods.

Conclusions. The pharmaceutical market has shown significant growth in recent years, as, firstly, the consumption of more expensive drugs has increased. Secondly, market development is largely due to the epidemiological situation. Thirdly, there is a tendency to increase the share of dietary supplements in the overall market structure.

In general, all enterprises from the top 20 manufacturers showed an increase in the number of sales and their share in the total supplies of "pharmacy basket" goods.

Problems related to technological and material base, as well as low purchasing power of the population hinder the dynamic development of the pharmaceutical industry.

Keywords: market, pharmaceutical market, medicines, dietary supplements, pharmaceutical products, pharmacy, pharmacy network, assortment.

Вступ. На всіх етапах розвитку фармацевтична галузь була й залишається центром інновацій, де зосереджується науковий і технологічний потенціал країни. Фармацевтична промисловість є одним із найрозвинутіших секторів хімічного комплексу України [1]. Інноваційний розвиток вітчизняної фармацевтичної галузі – один із ключових напрямів модернізації економіки країни, оскільки здоров'я нації є важливою складовою національної безпеки.

Фармацевтичний ринок України й світу включає виробництво лікарських засобів, дієтичних добавок, лікувальної косметики, засобів гігієни та виробів медичного призначення, зокрема медичного трикотажу, дитячих товарів, медичного обладнання тощо [2]. Протягом останнього періоду, пов'язаного з пандемією COVID-19, спостерігається

тенденція до зростання обсягів споживання населенням фармацевтичних товарів, що зумовлює зміну акцентів торговельних мереж при формуванні закупівельної, асортиментної та цінової політики.

Проблема. Нині фармацевтична продукція входить до групи товарів першої необхідності. Зважаючи на стрімке зростання споживчого попиту, а також розширення переліку товарних категорій, що належать до "аптечного кошика", дослідження фармацевтичного ринку саме в період пандемії COVID-19 є вкрай актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Галузь фармації завжди була однією з найрозвинутіших не тільки в Україні, але й у світі, тому дослідженню фармацевтичного ринку, вивченню його впливу на економіку країн приділяли увагу чимало науковців, як-от: О. М. Ковінько, А. І. Стахова, А. П. Вовк, А. В. Вітюк, К. Р. Траченко, Ю. М. Мельник, Є. О. Голишева, Т. В. Шабельник, Т. Р. Антошко [1; 3–6]. Аналіз тенденцій розвитку світового фармацевтичного ринку, чинників, що впливають на задоволеність споживачів фармацевтичної продукції та вибір аптечної мережі, зроблено в роботах D. P. Kevrekidis, D. Minarikova, J. Liu, Y. Zhou, J. M. Brooks, W. R. Doucette та ін. [7–9].

Мета статті – дослідження динаміки розвитку фармацевтичного ринку України та визначення його основних тенденцій в умовах пандемії COVID-19.

Методи. Використано методи статистичного та системного аналізу, узагальнення, порівняння тощо. Основна інформаційна база дослідження – дані міжнародних і вітчизняних організацій, наукові джерела, інтернет-ресурси.

Результати дослідження. Фармацевтична галузь є однією з небагатьох, де спостерігаються позитивні тенденції розвитку під час економічної кризи та пандемії. Протягом останніх років український фармацевтичний ринок динамічно розвивається, про що зауважують експерти. Це двозначне збільшення (*double digit growth*) обсягів продажу фармацевтичної продукції як у грошовому вираженні, так і в кількості товарних позицій. Щороку ринок демонструє зростання приблизно на 10 % у грошовому та на 2 % у натуральному вираженні (в пакуваннях).

Основним показником розвитку фармацевтичного ринку є обсяг продажів товарів "аптечного кошика", тобто всіх товарів, які продаються в аптеці. Так, у 2020 р. у порівнянні з 2019 р. обсяги продажів зросли на 9.7 % в грошовому та 2.2 % в натуральному вираженні. Загальний обсяг продажів усіх категорій товарів "аптечного кошика" склав 114 млрд грн та 1.7 млрд пакувань [10].

У 2021 р. рівень продажів продовжив зростання: збільшення на 20 % у грошовому вираженні та на 0.9 % в пакуваннях у порівнянні з попереднім періодом. Загальні продажі склали 136.8 млрд грн, або 5 млрд дол. США, та 1.75 млрд пакувань. Щодо роздрібних продажів, то в 2021 р. вони становили 110.7 млрд грн та 1.1 млрд пакувань фармацевтичних товарів. Темпи зростання в грошовому вираженні – 19.2 %, у натуральному – 0.2 %.

Для проведення всебічного аналізу ринку фармацевтичної продукції доцільно розглянути класифікацію категорій товарів аптечного асортименту. Нині не існує єдиного принципу групування фармацевтичних товарів. У наукових джерелах наведено багато різноманітних варіантів класифікацій за різними ознаками, однак вважається, що однією з найбільш точних є анатоמו-терапевтично-хімічна класифікація (АТХ), згідно з якою асортимент препаратів поділяється на групи залежно від їхнього впливу на організм людини. Так, відповідно до цієї класифікації, існують препарати, що впливають на травний тракт та обмін речовин (група А); препарати, що впливають на кровотворення та кров (група В); препарати для лікування захворювань серцево-судинної системи (група С); препарати для лікування захворювань кістково-м'язової системи (група М); препарати для лікування захворювань нервової системи (група N); препарати для лікування захворювань органів чуття (група S); інші лікарські засоби (група V) тощо [11]. Отже, така класифікація включає лише лікарські засоби, проте слід враховувати, що в аптечних мережах представлені й інші категорії товарів, зокрема вироби медичного призначення, дієтичні добавки, дитячі товари; медична косметика, вода, медична оптика та техніка.

Якщо безпосередньо аналізувати категорії товарів, що входять до "аптечного кошика", у 2020 р. збільшення продажів простежувалося для всіх категорій. При цьому зафіксовано, що суттєво збільшився продаж саме медичних виробів. На нашу думку, це пов'язано, *по-перше*, з підвищенням попиту на медичні маски та інші засоби індивідуального захисту, а *по-друге*, зі збільшенням продажів виробів, як-от глюкометри, тонометри та пульсоксиметри, які активно використовуються для діагностики стану хворого під час пандемії COVID-19 (табл. 1) [12; 13].

Таблиця 1

Роздрібний продаж товарів "аптечного кошика" за 9 міс. 2019–2021рр.

Рік	Лікарські засоби		Медичні вироби		Косметичні товари		Дієтичні добавки		Загалом обсяг
	обсяг	частка, %	обсяг	частка, %	обсяг	частка, %	обсяг	частка, %	
Грошове вираження, млн грн									
2019	60 919.8	82.9	5582.5	7.6	2638.8	3.6	4335.0	5.9	73 476.1
2020	64 465.1	81.5	6769.1	8.5	2825.2	3.6	5053.3	6.4	79 112.6
2021	78 447.3	81.1	7142.1	7.4	3330.3	3.4	7800.9	8.1	96 720.6
Натуральне вираження, млн пакувань									
2019	805.5	64.6	348.1	27.9	35.5	2.9	57.3	4.6	1246.3
2020	768.7	61.2	393.9	31.4	35.7	2.8	57.4	4.6	1255.7
2021	776.2	60.6	388.8	30.3	38.1	3.0	78.5	6.1	1281.6

Щодо 2021 р., то, зважаючи на наведені дані, можна зазначити, що фактично розвиток ринку зумовлений продажами дієтичних добавок, які зросли як у грошовому, так і в натуральному вираженні. При цьому спостерігається незначне зменшення продажів медичних виробів. Це може бути пов'язано з тим, що дієтичні добавки використовуються для подолання наслідків захворювання на COVID-19. Значні

темпи зростання сегмента дієтичних добавок сприяють продовженню тенденції щодо збільшення їхньої частки в загальній структурі фармацевтичного ринку. За підсумками 2021 р. частка дієтичних добавок становить 8.4 %, збільшившись за останні 5 років майже вдвічі.

Попри динамічний розвиток вітчизняного виробництва на фармацевтичному ринку України сьогодні переважають закордонні товари (рис. 1 і 2) [14].

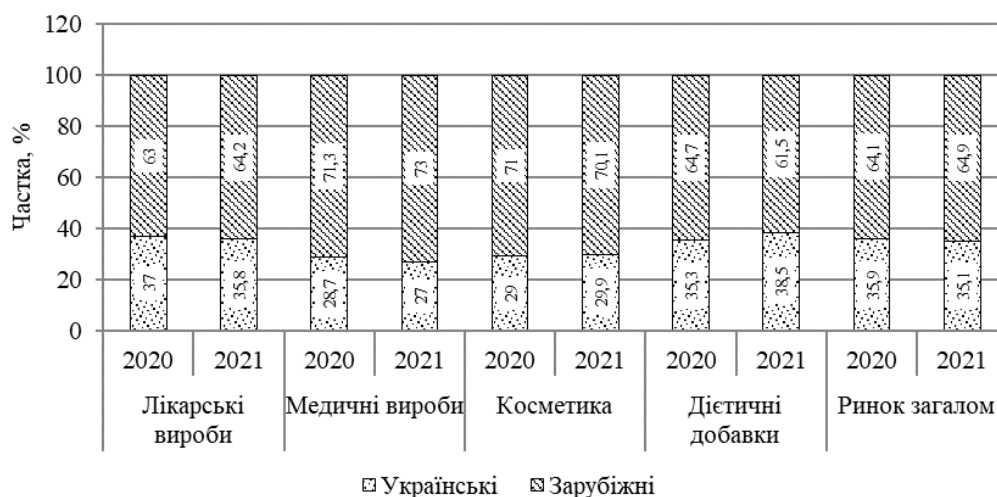


Рис. 1. Структура продажів товарів "аптечного кошика" українського і закордонного виробництва у 2020–2021 рр.

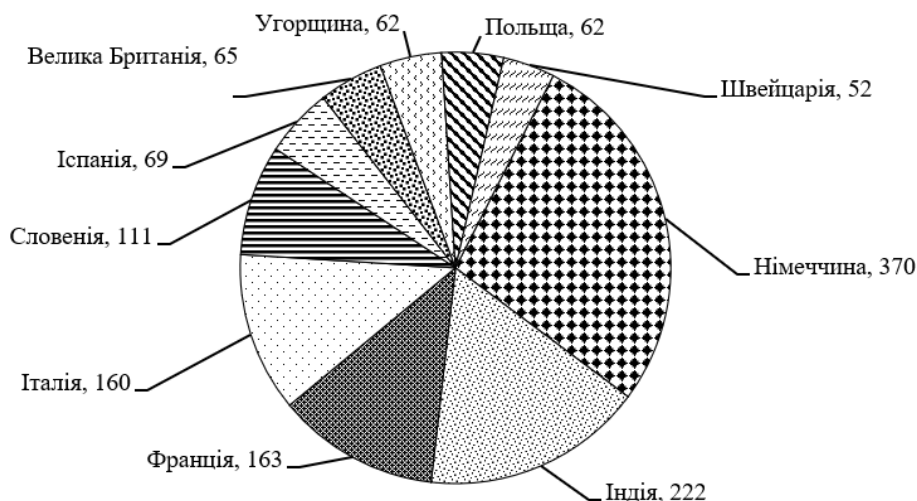


Рис. 2. Топ-10 країн – імпортерів лікарських засобів в Україну за 2020 р., млн дол. США

Найбільша кількість фармацевтичних виробів імпортується з Німеччини, Індії, Франції, Італії та Словенії. Цікаво, що у 2010–2015 рр. імпорт лікарських засобів та інших виробів в Україну скоротився з 2.1 млрд дол. США до 1.1 млрд дол. США, тобто майже вдвічі, а протягом останніх років обсяг імпортованих товарів збільшується швидкими темпами.

Схожа ситуація спостерігається і з експортом: за останні 6 років його частка зросла на 68 % та склала 235 млн дол. США. Українські товари постачаються переважно до Узбекистану, Азербайджану, Казахстану, Білорусі та Молдови, але, як бачимо, географія постачання досить вузька. Це пояснюється насамперед складною процедурою контролю якості товарів, адже для продажу в країни Європи українські виробники мають отримати відповідні сертифікати *GMP*. Через це виробникам потрібно проходити подвійну перевірку: спочатку в Україні, а потім на рівні держав – членів ЄС [15].

Щодо цінних категорій лікарських засобів, то нині спостерігається тенденція перерозподілу споживання у бік препаратів, що мають більш високу вартість, тобто на фармацевтичному ринку вже протягом декількох років збільшується частка високовартісних препаратів (рис. 3).

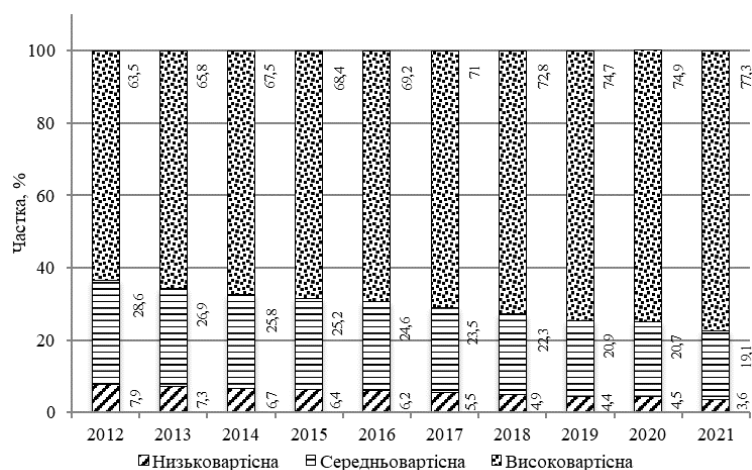


Рис. 3. Структура продажів лікарських засобів за цінними категоріями за 9 міс. 2012–2021 рр.

Якщо аналізувати, завдяки чому фармацевтичний ринок демонструє такі темпи зростання, то можна зазначити, що з II кв. 2021 р. основним чинником цього процесу є саме перерозподіл споживання в бік більш дорогих препаратів, про що і свідчать наведені дані. При цьому простежується, що ціни на ліки зростають нижчими темпами, ніж на інші товари, адже інфляційна складова залишається на низькому рівні, близько 7 % за підсумками 9 міс. 2021 р. Це підтверджується даними Державної служби статистики України, відповідно до яких інфляція у сфері охорони здоров'я перебуває на рівні 6,7 %, а для фармацевтичної продукції та медичних виробів вона становить 6,1 %. Загальний індекс інфляції по країні в 2021 р. становить 9 %, водночас для харчових продуктів зафіксовано, що цей показник дорівнює 10,5 % [13; 14].

Стосовно лікарських засобів, то за останній рік змінилися не лише обсяги продажів, але й сама структура ринку, що зумовлено передусім впливом пандемії *COVID-19* (рис. 4).

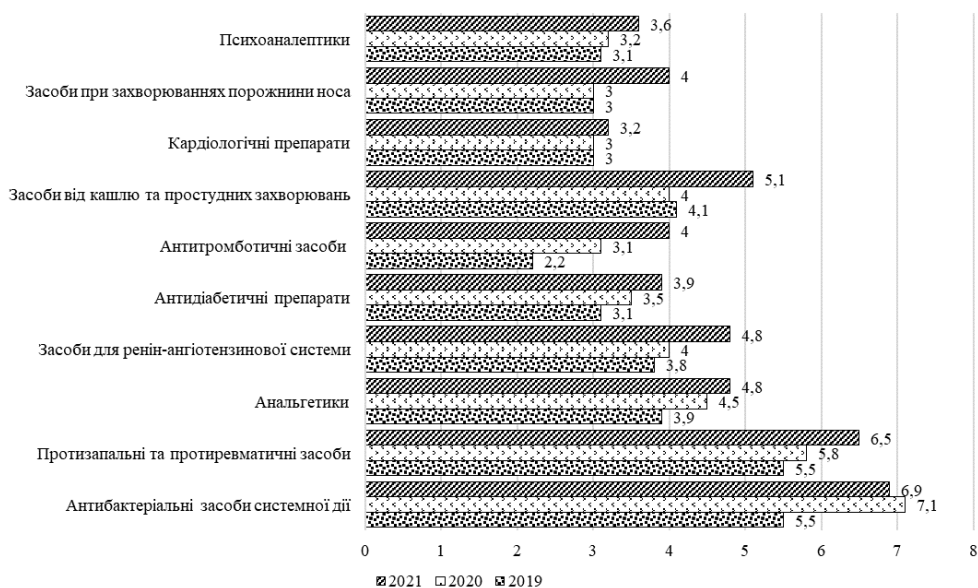


Рис. 4. Топ-10 груп АТС-класифікації 2-го рівня за 2021 р.
у грошовому вираженні, млрд грн

Зважаючи на наведені дані, можна констатувати, що продажі препаратів, які застосовуються під час терапії коронавірусної хвороби, зростають більшими темпами, як порівняти з іншими, зокрема, спостерігається суттєве зростання споживання антитромботичних засобів.

На розвиток ринку фармацевтичної продукції впливає і те, які підприємства-виробники займають провідні позиції в загальній структурі продажів. За підсумками 2020 р. за обсягами продажів лікарських засобів і дієтичних добавок лідерами стали компанії, як-от: "Фармак", "Дарниця" і *Teva*, а за підсумками 2021 р. – "Фармак", "Дарниця" і *Sanofi* (Франція) (табл. 2) [14].

Загалом усі компанії з наведеного переліку демонструють збільшення обсягів продажів, а 8 із них ще і збільшили свою частку на ринку. Лідером за темпами зростання обсягів продажів у 2021 р. стала компанія *Bayer Pharmaceuticals*, збільшивши частку продажів на 43 %. Саме ті виробники, що представлені вище, мають майже половину всіх обсягів продажу на ринку.

Отже, можна стверджувати, що вітчизняний фармацевтичний ринок розвивається досить швидкими темпами, при цьому криза, яка виникла на тлі пандемії *COVID-19*, для фармацевтичного ринку стала важелем зростання. Однак існують і деякі проблеми у фармацевтичній галузі, які перешкоджають розвитку вітчизняних виробників. Зокрема, недостатньо розвинені технології та матеріальна база, через що на ринку представлено дуже незначну кількість українських розробок і відбувається дуже повільне впровадження закордонних технологій. Певні проблеми створюють і чинні норми контролю і регулювання, внаслідок чого уповільнюється вихід на ринок нових препаратів.

Таблиця 2

Рейтинг топ-20 компаній-виробників за обсягом продаж лікарських засобів і дієтичних добавок у 2021 р.

Рейтинг за роками			Компанія	Приріст продажу в гривневому вираженні, %	Частка на ринку, %
2019	2020	2021			
1	1	1	"Фармак" (Україна)	25.0	5.76
4	2	2	"Дарниця" (Україна)	17.2	3.48
3	5	3	Sanofi (Франція)	17.6	3.35
5	4	4	Teva (Ізраїль)	11.9	3.28
6	6	5	Acino (Швейцарія)	26.6	3.22
2	3	6	Корпорація "Артеріум" (Україна)	6.9	3.14
7	7	7	Berlin-Chemie (Німеччина)	19.3	2.84
8	9	8	KRKA (Словенія)	21.3	2.76
9	8	9	Київський вітамінний завод (Україна)	16.4	2.65
12	12	10	"Юрія-Фарм" (Україна)	32.6	2.41
11	10	11	"Кусум Фарм" (Україна)	19.1	2.39
14	14	12	"Дельта Медікел" (Україна)	27.0	1.96
13	13	13	Sandoz (Швейцарія)	9.3	1.94
10	11	14	Група компаній "Здоров'я" (Україна)	4.2	1.92
19	16	15	Bayer Pharmaceuticals (Німеччина)	43.2	1.75
16	15	16	Servier (Франція)	24.3	1.65
20	17	17	Abbott Products (Німеччина)	31.4	1.40
18	18	18	Борщагівський ХФЗ (Україна)	12.4	1.20
21	19	19	Dr. Reddy's (Індія)	10.8	1.15
23	20	20	Gedeon Richter (Угорщина)	9.9	1.12

Ще однією перешкодою для розвитку вітчизняного фармацевтичного сектора є малий обсяг внутрішнього ринку та низька купівельна спроможність населення, що автоматично означає вузький ринок збуту. А це, своєю чергою, призводить до зменшення обсягів інвестицій, повільного нарощування власного виробництва і впровадження технологій, збільшення собівартості продукції та відсутності економічних можливостей для постачання вітчизняної продукції за кордон [15].

Висновки. Фармацевтичний ринок протягом останніх років демонструє суттєве зростання, оскільки, *по-перше*, збільшено обсяг споживання лікарських засобів більш високої цінової категорії. *По-друге*, розвиток ринку значною мірою зумовлений епідеміологічною ситуацією. *По-третє*, спостерігається тенденція щодо збільшення частки дієтичних добавок у загальній структурі ринку.

У сегменті дистрибуції компанії "Фармак", "Дарниця" і Sanofi займали провідні позиції в 2021 р. Загалом усі підприємства з топ-20 виробників продемонстрували зростання кількості продажів та своєї частки у загальних обсягах поставок товарів "аптечного кошика".

Установлено, що є низка чинників, які перешкоджають динамічному розвитку фармацевтичної галузі: проблеми, пов'язані з технологічною та матеріальною базою, а також з низькою купівельною

спроможністю населення. Подолання зазначених проблем приведе до збільшення обсягів інвестицій та нарощування обсягів вітчизняного виробництва.

Подальшого вивчення потребує споживчий попит на товари аптечного асортименту і дослідження їхньої безпечності та якості.

Конфлікт інтересів. Автори заявляють, що вони не мають фінансових чи нефінансових конфліктів інтересів щодо цієї публікації; не мають відносин із державними органами, комерційними або некомерційними організаціями, які могли б бути зацікавлені у поданні цієї точки зору. З огляду на те, що автори працюють в установі, яка є видавцем журналу, що може зумовити потенційний конфлікт або підозру в упередженості, остаточне рішення про публікацію цієї статті (включно з вибором рецензентів та редакторів) приймалося тими членами редколегії, які не пов'язані з цією установою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вітюк А. В., Траченко К. Р. Суперечливі тенденції розвитку фармацевтичної промисловості України. *Вісн. Вінниц. політех. ін-ту*. 2018. № 6. С. 35-43.
2. Що повинен знати провізор про асортимент аптечного закладу. URL: <https://ipksf.nuph.edu.ua/course/suchasnij-asortiment-aptek>
3. Ковінько О. М., Стахова А. І., Вовк А. П. Фармацевтичний ринок України як рушійний важіль розвитку економіки. *Наук. вісн. Ужгород. нац. ун-ту*. 2017. Вип. 11. С. 56-59. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/11_2017ua/14.pdf
4. Мельник Ю. М., Голишева Є. О. Особливості комплексу маркетингу в системі інноваційного розвитку фармацевтичних підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 4. С. 27-40. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2017_4_27_39.pdf
5. Шабельник Т. В. Класифікація основних суб'єктів та об'єктів сучасного фармацевтичного ринку України. *Бізнес Інформ*. 2016. № 4. С. 289-293. URL: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-4_0-pages-289_293.pdf
6. Антошко Т. Р., Романок І. О. Економічні проблеми фармацевтичного підприємства України. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2015. Вип. 16. С. 151-156.
7. Kevrekidis D. P., Minarikova D., Markos A., Malovecka I., Minarik P. Community pharmacy customer segmentation based on factors influencing their selection of pharmacy and over-the-counter medicines. *Saudi Pharmaceutical Journal*. 2018. Vol. 26. Issue 1. P. 33-43. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1319016417301962>
8. Liu J., Zhou Y., Jiang X. et al. Consumers' satisfaction factors mining and sentiment analysis of B2C online pharmacy reviews. *BMC Med Inform Decis Mak*. 2020. No 20. Art. 194. URL: <https://doi.org/10.1186/s12911-020-01214-x>
9. Brooks J. M., Doucette W. R., Wan S., Klepser D. G. Retail Pharmacy Market Structure and Performance. *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*. February 2008:75-88. doi:10.5034/inquiryjrn1_45.01.75
10. Фармацевтика України 2021. Інфографічний довідник. URL: <https://www.darnitsa.ua/api/pharma-directory/pharmacevtyka-ukrainy-2021/120ua.pdf>
11. Асортимент товару в аптеці. URL: <https://biznesplan-primer.ru/assortiment/apteka>
12. Кірсанов Д. Аптечний продаж за підсумками 2020 р. *Інтернет-газета Аптека.ua*. 2021. № 3. URL: <https://www.apteka.ua/article/581310>
13. Кірсанов Д. Спад та відновлення ринку: аптечний продаж за підсумками 9 міс. 2020 р. *Інтернет-газета Аптека.ua*. 2020. № 41. URL: <https://www.apteka.ua/article/56985>

14. Кірсанов Д. Аптечний продаж за підсумками 2021 р.: фарминок продовжує зростання, перевищуючи очікування експертів. *Інтернет-газета Аптека.ua*. 2022. № 02. URL: <https://www.apteka.ua/article/625683>
15. Криза як можливість зростання фармринку. Як пандемія змінила галузь у 2020 році та чого чекати далі від аптек і фармацевтів. URL: <https://mind.ua/publications/20231404-kriza-yak-mozhlyvist-zrostannya-farmrinku>

REFERENCES

1. Vitjuk, A. V., & Trachenko, K. R. (2018). Superechlyvi tendencii' rozvytku farmaceutychnoi' promyslovosti Ukrainy [Contradictory trends in the development of the pharmaceutical industry of Ukraine]. *Visnyk Vinnyts'kogo politehnicznego instytutu – Bulletin of Vinnytsia Polytechnic Institute*, 6, 35-43 [in Ukrainian].
2. *Shho povynen znaty provizor pro asortyment aptechnogo zakladu [What should a pharmacist know about the range of pharmacy]*. <https://ipksf.nuph.edu.ua/course/suchasnij-asortiment-aptek> [in Ukrainian].
3. Kovin'ko, O. M., Stahova, A. I., & Vovk, A. P. (2017). Farmaceutychnyj rynek Ukrainy jak rushijnyj vazhil' rozvytku ekonomiky [The pharmaceutical market of Ukraine as a driving lever of economic development]. *Naukovyj visnyk Uzhhorods'kogo nacional'nogo universytetu – Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*. (Issue 11), (pp. 56-59). http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/11_2017ua/14.pdf [in Ukrainian].
4. Mel'nyk, Ju. M., & Golysheva, Je. O. (2017). Osoblyvosti kompleksu marketyngu v systemi innovacijnogo rozvytku farmaceutychnyh pidpryjemstv [Features of the marketing complex in the system of innovative development of pharmaceutical enterprises]. *Marketing i menedzhment innovacij – Marketing and innovation management*, 4, 27-40. https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2017_4_27_39.pdf [in Ukrainian].
5. Shabel'nyk, T. V. (2016). Klasyfikacija osnovnyh sub'ektiv ta ob'ektiv suchasnogo farmaceutychnogo rynku Ukrainy [Classification of the main subjects and objects of the modern pharmaceutical market of Ukraine]. *Biznes Inform – Business Inform*, 4, 289-293. http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2016-4-0-pages-289_293.pdf [in Ukrainian].
6. Antoshko, T. R., & Romanok, I. O. (2015). Ekonomichni problemy farmaceutychnogo pidpryjemstva Ukrainy [Economic problems of the pharmaceutical enterprise of Ukraine]. *Suchasni problemy ekonomiky i pidpryjemnyctvo – Modern problems of economy and entrepreneurship*. (Issue 16), (pp. 151-156) [in Ukrainian].
7. Kevrekidis, D. P., Minarikova, D., Markos, A., Malovecka, I., & Minarik, P. Community pharmacy customer segmentation based on factors influencing their selection of pharmacy and over-the-counter medicines. *Saudi Pharmaceutical Journal*. 2018. (Vol. 26). (Issue 1), (pp. 33-43). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1319016417301962> [in English].
8. Liu, J., Zhou, Y., Jiang, X. et al. (2020). Consumers' satisfaction factors mining and sentiment analysis of B2C online pharmacy reviews. *BMC Med Inform Decis Mak*, 20, art. 194. <https://doi.org/10.1186/s12911-020-01214-x> [in English].
9. Brooks, J. M., Doucette, W. R., Wan, S., & Klepser, D. G. (2008). Retail Pharmacy Market Structure and Performance. *INQUIRY: The Journal of Health Care Organization, Provision, and Financing*. doi:10.5034/inquiryjrnl_45.01.75 [in English].
10. *Farmaceutyka Ukrainy 2021. Infografichnyj dovidnyk [Pharmaceuticals of Ukraine 2021. Infographic reference book]*. <https://www.darnitsa.ua/api/pharma-directory/pharmaceutyka-ukrainy-2021/120ua.pdf> [in Ukrainian].
11. *Asortyment tovaru v apteci [The range of goods in the pharmacy]*. <https://biznesplan-primer.ru/assortiment/apteka> [in Ukrainian].

12. Kirsanov, D. (2021). Aptechnyj prodazh za pidsumkamy 2020 r. [Pharmacy sales in 2020]. *Internet-gazeta Apteka.ua – Online newspaper Apteka.ua*, 3. <https://www.apteka.ua/article/581310> [in Ukrainian].
13. Kirsanov, D. (2020). Spad ta vidnovlennja rynku: aptechnyj prodazh za pidsumkamy 9 mis. 2020 r. [Recession and market recovery: pharmacy sales for 9 months of 2020]. *Internet-gazeta Apteka.ua – Online newspaper Apteka.ua*, 41. <https://www.apteka.ua/article/56985> [in Ukrainian].
14. Kirsanov, D. (2022). Aptechnyj prodazh za pidsumkamy 2021 r.: farmrynok prodovhuje zrostannja, perevyshhujuchy ochikuvannja ekspertiv [Pharmacy sales in 2021: the pharmaceutical market continues to grow, exceeding the expectations of experts]. *Internet-gazeta Apteka.ua – Online newspaper Apteka.ua*, 02. <https://www.apteka.ua/article/625683> [in Ukrainian].
15. *Kryza jak mozhlyvist' zrostannja farmrynku. Jak pandemija zminyla galuz' u 2020 roci ta chogo chekamy dali vid aptek i farmacevtiv [Crisis as an opportunity of growth of the pharmaceutical market. How the pandemic changed the industry in 2020 and what to expect from pharmacies and pharmacists]*. <https://mind.ua/publications/20231404-kriza-yak-mozhlyvist-zrostannya-farmrynku> [in Ukrainian].

Надійшла до редакції 08.12.2021.

Прийнято до друку 23.03.2022.

Публікація онлайн 22.04.2022.