

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ О. О. БОГОМОЛЬЦЯ
ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЕКОНОМІКИ ФАРМАЦІЇ

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

**Вплив електронної комерції на фармацевтичний ринок
України**

Виконав: здобувач вищої освіти 5 курсу, групи
98ф4анапряму підготовки 22 Охорони здоров'я
спеціальність 226 Фармація, промислова фармація
освітня програма Фармація

ПІДЦЕРКОВНА ВІКТОРІЯ ОЛЕКСАНДРІВНА

Керівник: кандидат фармацевтичних наук, доцент
Довжук В. В.

Рецензент: доктор біологічних наук, професор
Мінарченко В. М.

Київ-2024 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ	8
1.1 Сучасний розвиток на історичні тенденції фармацевтичного ринку України	8
1.2 Особливості розвитку та значення електронної комерції на фармацевтичному ринку	17
Висновки до першого розділу	27
РОЗДІЛ II АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ	28
2.1 Порівняльна характеристика трафіку та аналіз джерел електронної комерції на фармацевтичному ринку	28
2.2 Перспективи розвитку електронної інфраструктури для збільшення доступності для споживачів	39
Висновок до розділу.....	43
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46
Додаток А	49

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ЦТ – Цифрова трансформація

BCG – Boston Consulting Group

B2C – Business to consumer

ВСТУП

У сучасному суспільстві електронна комерція набуває все більшого значення та впливу в економіці та суспільстві. Такий бізнес дуже різноманітний і охоплює багато різних галузей, в тому числі і фармацевтичну промисловість. Впровадження електронної комерції у фармацевтичному секторі може мати значний вплив на розвиток цього промислового ринку. Тому недослідженість впливу електронної комерції на фармацевтичний ринок є проблемою, яка потребує уваги науковців та практиків. Фармацевтичний ринок України є важливою складовою національної економіки та громадського здоров'я. Протягом останніх десятиліть спостерігається нестримний розвиток електронної комерції як ключового фактору зміни бізнес-моделей у різних галузях. Спростовуючи традиційні методи продажів та розповсюдження, електронна комерція нарощує свою присутність на ринках всього світу, включаючи сферу медичних продуктів та лікарських засобів. Відсутність контакту "лице в лице" між покупцем та продавцем, зручність та доступність для споживачів роблять електронну комерцію сильним конкурентним фактором у фармацевтичній галузі.

Актуальність даного дослідження визначається активним розвитком електронної комерції та її впливом на всі сфери бізнесу. Фармацевтичний ринок, як важлива складова системи охорони здоров'я, не є винятком. Спільне вивчення взаємодії між електронною комерцією та фармацевтичним сектором дозволить прогнозувати та адаптуватися до змін, що відбуваються, та сприяти підвищенню якості та доступності медичних продуктів для населення України.

Згідно з дослідженнями аналізу впровадження цифрових технологій на аптечному ринку України проведеному у 2021 [7] розширення простору аптечних послуг у віртуальному середовищі є актуальною та надзвичайно важливою тенденцією, яка викликає збільшення зацікавленості і активного попиту споживачів на присутність аптек онлайн, і це явище не обмежується

лише світовою практикою, але й активно проявляється на українському ринку.

Однією з ключових динамік цього росту є стрімке розвиток технологій та високий рівень їх інтеграції у повсякденне життя споживачів. Зручність та швидкість отримання медичних послуг, які надають онлайн-аптеки, стають привабливими факторами, що визначають їхню важливість для сучасного споживача. В цьому контексті, дослідження надає переконливі свідчення зростання інтересу та визнання значущості віртуальних аптек серед споживачів.

Слід відзначити, що цей розвиток має міжнародний характер, і світовий досвід ефективно впроваджується в українських реаліях. Проникнення та широке використання сучасних інформаційних технологій у сфері охорони здоров'я підтримує активний попит споживачів на доступні та надійні онлайн-медичні сервіси.

Присутність аптек онлайн в Україні набуває не лише економічного, але й соціального значення. Зручність та доступність медичних послуг для широкого кола населення, включаючи тих, хто перебуває у віддалених регіонах чи обмежений фізичними можливостями, стає ключовим чинником розвитку віртуальних аптек у національному контексті.

Однак, важливо підкреслити, що необхідно враховувати індивідуальні особливості ринку та потреби українських споживачів. Попри зростання інтересу до аптек онлайн, прозорість, якість обслуговування та безпека транзакцій є чинниками, на які споживачі звертають особливу увагу.

Висновуючи, дане дослідження підкреслює, що збільшення зацікавленості та важливості присутності аптек онлайн – не тимчасовий тренд, а стійка та перспективна тенденція, що визначає розвиток сучасної системи надання медичних послуг у світі та в Україні.

Мета даного дослідження є систематичний аналіз впливу електронної комерції на фармацевтичний ринок України з метою виявлення ключових тенденцій та можливостей розвитку.

Для досягнення цієї мети ставляться такі *завдання* :

1. Проаналізувати історичний розвиток та сучасний стан фармацевтичного ринку України.
2. Вивчити основні концепції та технології електронної комерції, а також їх роль та значення в фармацевтичному секторі.
3. Проаналізувати обсяги та динаміку продажів медичних продуктів через інтернет, порівняти трафік на основні джерела електронної комерції на фармацевтичному ринку та оцінити ефективність цього каналу розповсюдження.
4. Висвітлити можливості розвитку фармацевтичного ринку через електронну комерцію та сформулювати рекомендації щодо підвищення якості обслуговування та безпеки в електронному сегменті.

Дослідження є важливим для фармацевтичного сектора, оскільки воно дозволить лікарським компаніям, правозахисним органам, а також споживачам краще розуміти вплив електронної комерції на ринок медичних продуктів і лікарських засобів. Отримані результати можуть служити основою для прийняття обґрунтованих рішень щодо розвитку та регулювання цієї галузі.

Об'єктом дослідження є вплив електронної комерції, *Предметом дослідження* - фармацевтичний ринок України. Дослідження спрямоване на аналіз взаємозв'язку між цими двома об'єктами та вивчення їх впливу один на одного.

Методи дослідження: Загальнонаукові методи: методи аналізу наукової літератури, порівняльного аналізу статистичних даних, методи моделювання та прогнозування на основі наявних даних.

Наукова новизна даного дослідження полягає в глибокому аналізі та систематизації інформації щодо впливу електронної комерції на фармацевтичний ринок України, а також у виявленні нових можливостей та ризиків, які виникають у зв'язку з цим процесом. Дослідження також включає

в себе аналіз актуальних даних та статистики, що відображають сучасний стан фармацевтичного ринку.

Практична значущість даного дослідження полягає у тому, що він може служити основою для розробки стратегій розвитку фармацевтичного ринку в умовах електронної комерції. Результати дослідження можуть бути корисні як фармацевтичним компаніям, які планують розширювати свою присутність в онлайн-середовищі, так і органам регулювання та законодавцям для розробки ефективних правових механізмів контролю та регулювання електронної комерції у фармацевтиці.

Апробація результатів дослідження і публікації. Майбутня публікація тез в науково-медичний журнал. V International Scientific and Theoretical Conference «Science of XXI century: development, main theories and achievements», January 26, 2024, Helsinki, Finland.

Публікація. Dovzhuk V.V., Konovalova L.V., Gruzd N.I., Makarovec N.M., Pidcerkovna V.O., Papenko A. R., Kazathenko I.E. Trends in the development of sales activities of modern pharmaceutical enterprises. V International Scientific and Theoretical Conference «Science of XXI century: development, main theories and achievements», January 26, 2024, Helsinki, Finland. CrossRef, OUCI, Google Scholar.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел 23 та додатку. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи – 51 сторінка, основний текст викладено на 45 сторінках. Робота містить 1 таблицю і 13 рисунків. Має summary.

РОЗДІЛ I

ВПЛИВ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ

Електронна комерція в сучасному світі визначає новий рівень взаємодії між покупцями та продавцями у різних галузях економіки. Цей технологічний революційний процес найбільше актуальний для фармацевтичного ринку, який, незважаючи на традиційний характер історії, не залишається осторонь від впливу електронної комерції.

1.1. Сучасний розвиток на історичні тенденції фармацевтичного ринку України

Сучасні тенденції на фармацевтичному ринку України свідчать про те, що електронна комерція має значущий вплив на всі аспекти цієї важливої галузі. Однією з ключових переваг є зручність та доступність для споживачів, які можуть з легкістю шукати та придбавати ліки чи медичні продукти онлайн. Це робить процес покупки швидшим та ефективнішим, а також забезпечує можливість отримання детальної інформації про продукцію.

Історичний розвиток електронної комерції на фармацевтичному ринку України слідкує за глобальними тенденціями. Починаючи з перших етапів впровадження електронних технологій в комерційні процеси, фармацевтичні компанії стали активно впроваджувати онлайн-продажі та цифрові платформи для комунікації з клієнтами.

Однак, разом із розвитком електронної комерції, з'явилися нові виклики та завдання для фармацевтичних компаній. Важливо забезпечити безпеку та конфіденційність покупців у сфері медичних товарів, а також

вдосконалювати системи логістики для швидкої та надійної доставки медичних засобів.

Однією з важливих аспектів є інноваційність у використанні даних та аналітики. Завдяки електронній комерції, фармацевтичні компанії можуть збирати та аналізувати дані про попит на конкретні препарати, що дозволяє вдосконалювати виробництво та асортимент продукції.

На даний момент, як ми можемо побачити на рис. 1.1 з аналізу який регулярно проводиться, на основі результатів 42-го тижня можна визначити, що в галузі спостерігається вражаюче динамічне зростання. Зокрема, річне зростання склало неймовірні 31% у вартісному вираженні та вражаючі 12% у натуральному вираженні. Такий високий рівень зростання свідчить про те, що галузь ефективно адаптується до сучасних економічних викликів та надає конкурентоспроможні продукти або послуги. [1]

Порівняно з попереднім тижнем, де темпи зростання склали вражаючі 33% і 14% відповідно, можна зауважити деяке зниження темпів, проте вони залишаються на досить високому рівні. Це свідчить не лише про стабільність галузі, але і про її здатність підтримувати стійке зростання у складних умовах.

Одним із ключових факторів успіху, що підкреслюється цими результатами, є, безперечно, ефективне впровадження стратегій управління та маркетингу. Галузь активно використовує інноваційні підходи для просування продукції чи послуг на ринку, що підсилює її конкурентоспроможність та привабливість для споживачів.

Також важливо відзначити, що не дивлячись на невелике зниження темпів зростання, річні показники залишаються вражаючими. Це свідчить не лише про стійкість галузі, але і про її потенціал для подальшого розвитку. Це може сприяти вдосконаленню виробничих процесів, розширенню ринкових можливостей чи вдосконаленню якості продукції.

У цьому контексті, важливо врахувати міжнародний аспект та взаємодію з іншими ринками. Інтеграція зі світовими економічними

партнерами може відігравати ключову роль у забезпеченні стійкого зростання та розширенні галузі.

У заключенні, не зважаючи на деяке зниження темпів зростання, результати 42-го тижня свідчать про вражаючий успіх галузі. Вона продовжує демонструвати стійкість, адаптуючись до викликів та підтверджуючи свою ефективність через динамічний розвиток і високі темпи зростання.



Рис. 1.1. Тенденції фармaceutичного ринку продажу ЛЗ у грошовому вимірі



Рис. 1.2. Тенденції фармацевтичного ринку продажу ЛЗ у натуральному вимірі

У більшості років, спостерігається збільшення обсягів вживання медичних препаратів, спрямованих на лікування захворювань, особливо це стає актуальним під час осіннього епідемічного сезону. Зазначимо, що цей тренд особливо виражений у випадку препаратів, спрямованих на лікування захворювань верхніх дихальних шляхів, які входять до АТС-групи R01 і призначені для лікування захворювань носа.

Осінній епідемічний сезон характеризується збільшенням частки захворювань, пов'язаних з верхніми дихальними шляхами. У зв'язку з цим, попит на препарати для лікування захворювань носа, які включають в себе різноманітні засоби для знеболення, зменшення набрякості та відновлення нормального дихання, відзначає значний ріст. Це може бути пов'язано як зі збільшенням кількості випадків самого захворювання, так і з підвищеним запитом на засоби полегшення симптомів.[1]

Паралельно із збільшенням споживання препаратів для лікування захворювань носа, відзначається також зростання вживання анальгетиків, антибіотиків і препаратів від застуди та кашлю. Це свідчить про розширення спектру засобів, які споживачі використовують для лікування та профілактики різних застудних захворювань.

Умови осіннього епідемічного сезону створюють підвищену потребу в лікувальних та профілактичних засобах. Важливо враховувати, що таке збільшення споживання може також виникати внаслідок більшої уваги до особистої гігієни та здоров'я загалом в цей період.

Необхідно також відзначити, що споживання антибіотиків у цей період може виникати як у зв'язку з лікуванням захворювань верхніх дихальних шляхів, так і у випадках, коли інфекції стають більш серйозними та вимагають антибіотиків для ефективного лікування.

В загальному контексті, збільшення обсягів вживання медичних препаратів у осінній епідемічний сезон є тенденцією, яка відображає не лише

збільшення випадків захворювань, а й активний попит на засоби для полегшення симптомів та підтримання здоров'я в цей період.

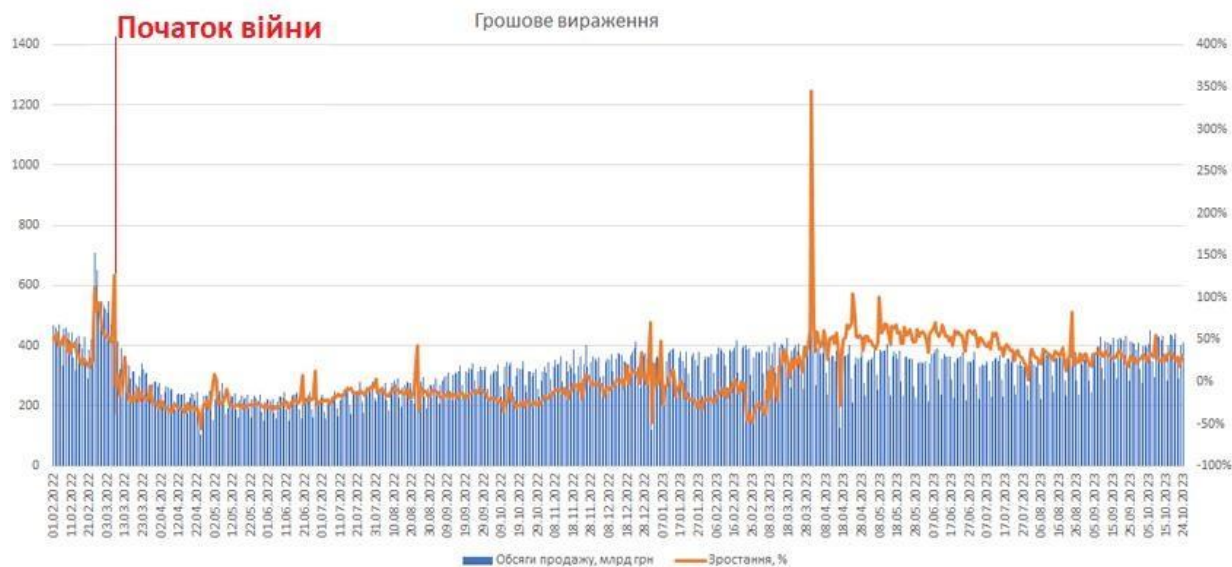


Рис.1.3. Обсяги продажу ЛЗ у грошовому вираженні

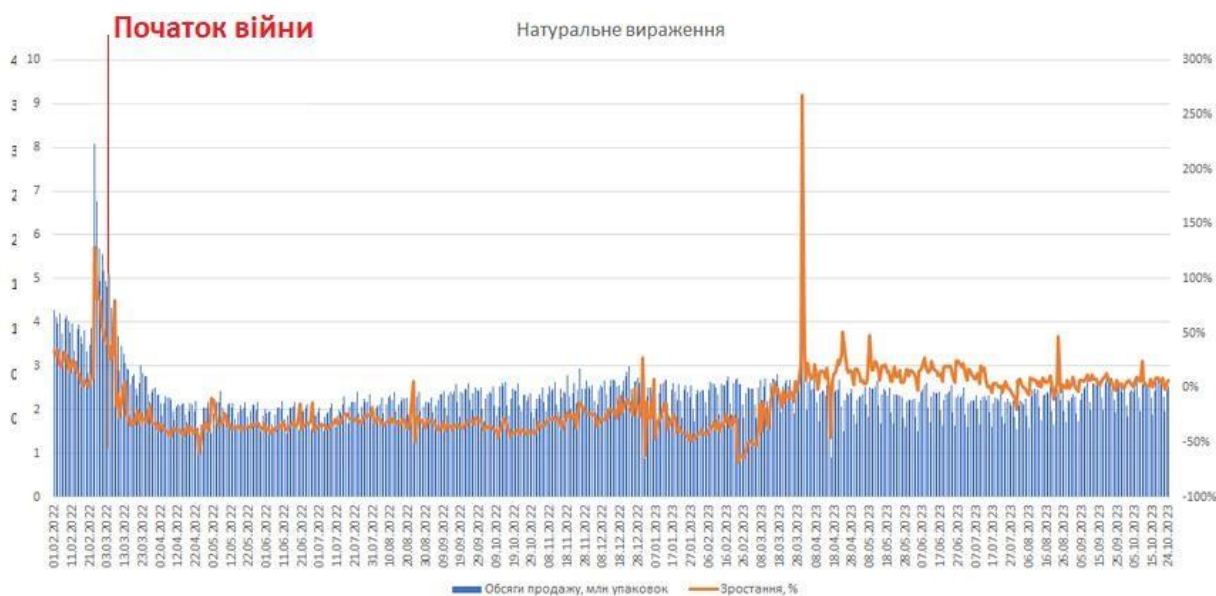


Рис.1.4. Обсяги продажу ЛЗ у натуральному вираженні

З 21 липня 2022 року, Національний банк України (НБУ) впровадив новий етап у валютній політиці, установивши фіксований обмінний курс на рівні 36,57 гривень за 1 доллар США. Це рішення визначало стійкий курс гривні до долара протягом тривалого періоду, але, як і будь-яке фіксоване курсове формування, воно підлягало впливові ринкових умов та економічних турбуленцій.

Однак, 3 жовтня 2023 року, НБУ вніс значні зміни у свою валютну політику, скасувавши фіксований курс та переходячи до керованого, гнучкого курсу валютного обміну. Це рішення, схоже, було прийняте в контексті гнучкості, яку вимагає економіка для адаптації до змін в глобальному економічному середовищі. Перехід до гнучкого курсу означав, що обмінний курс тепер формується під впливом ринкових факторів, враховуючи зміни в економіці та на фінансовому ринку.

Незважаючи на деякі коливання, новий курс залишається на досить стабільному рівні. Станом на 27 жовтня 2023 року, обмінний курс склав 36,51 гривень за 1 долар США, що свідчить про помірне зміцнення гривні порівняно із початковими показниками.

Важливо відзначити, що, незважаючи на коливання обмінного курсу, їхній вплив на цінову динаміку є поки що непомітним. У даному контексті варто звернути увагу на стабільність цін у роздрібній торгівлі. Динаміка цін на 10 провідних найменувань товарів у 2023 році свідчить про те, що вплив обмінного курсу на ціни поки що є незначним.

Середнє зростання цін на ці 10 товарів, станом на 7 жовтня 2023 року, склало 5%, порівняно з цінами на початок року. Це може свідчити про те, що вплив валютних коливань поки що компенсується іншими економічними факторами. Важливо враховувати, що ціни на товари можуть бути також визначені іншими факторами, такими як сезонність, попит та пропозиція на ринку, а також внутрішніми економічними та соціальними чинниками.

У кінці кінців, навіть при переході до гнучкого курсу, ефективність валютної політики буде визначатися її здатністю балансувати між ринковими реаліями та потребами внутрішньої економіки. Наразі, проте, зберігається висока ступінь стабільності, але слід уважно відслідковувати економічні та фінансові тенденції для забезпечення оптимальної реакції на можливі зміни.

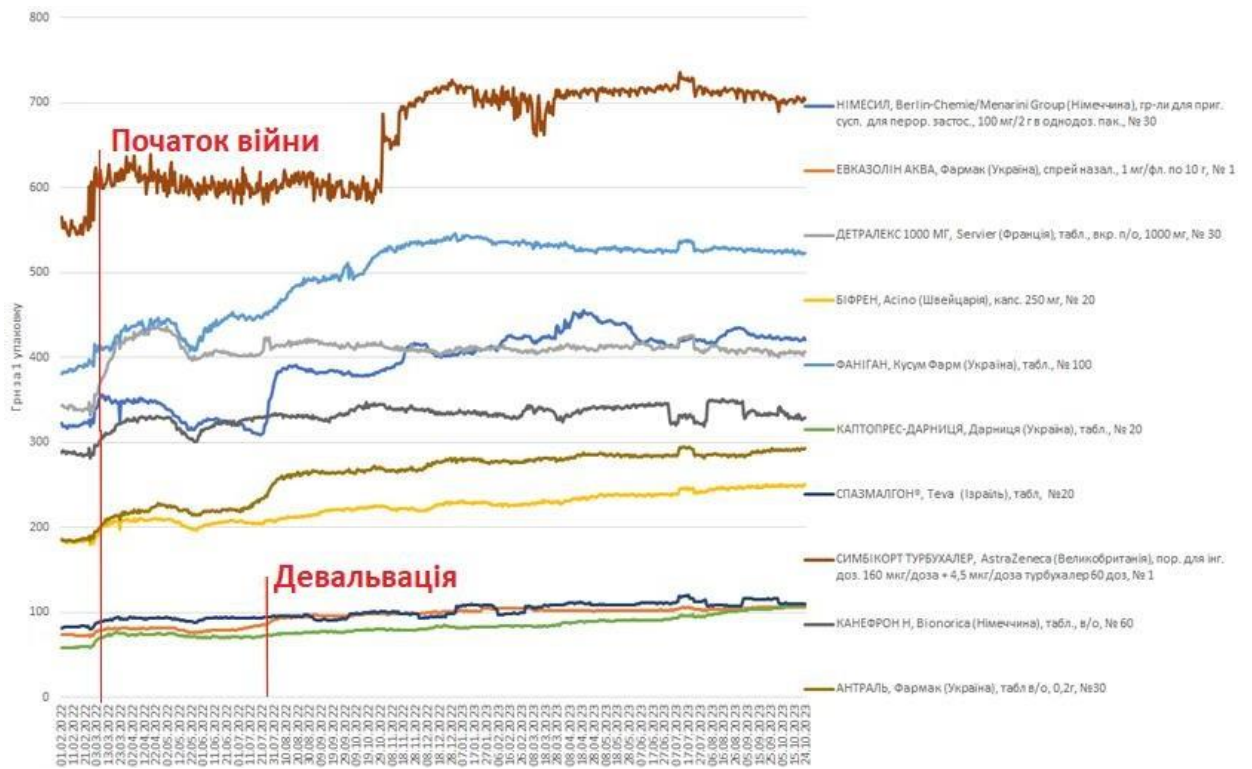


Рис.1.5. Тенденції вітчизняного ринку продажів ЛЗ з урахуванням девальвації

У 2022 році аптечний сегмент ринку переживав великі зміни, з компаніями "АО «Фармак»", «ПрАТ Дарниця» та «ТОВ «АСІНО УКРАЇНА»» на чолі за обсягами продажів. Однак, недивлячись на загальний позитивний тренд, вплив війни мав різноманітні наслідки для підприємств в даній галузі. Тут ми стикаємося з якісною зміною у підході до оцінки успішності компаній, оскільки війна впливає на кожне підприємство індивідуально[2].

За обсягами продажів лідирують "АО «Фармак»", «ПрАТ Дарниця» та «ТОВ «АСІНО УКРАЇНА»», але важливо врахувати, що успіх цих компаній не можна однозначно пов'язувати з військовими подіями. Зокрема, чинники, такі як ефективне управління, маркетингові стратегії та інноваційність продуктів, грають велику роль у їхньому успіху.

Вплив війни на розвиток підприємств у цьому сегменті ринку був різнобічним. Одні підприємства демонстрували стійкий ріст, адаптуючись до нових умов, в той час як інші стикалися з труднощами і втратами через складні обставини, пов'язані з воєнним конфліктом[2].

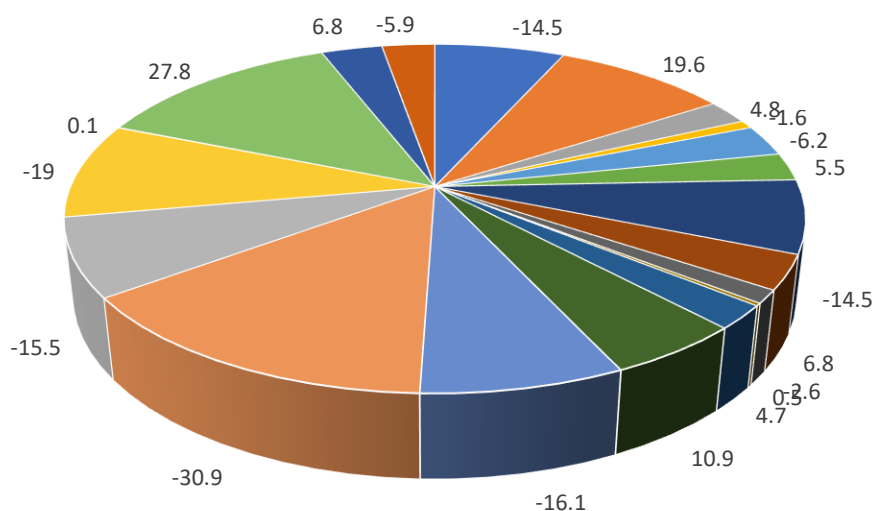
Говорити про успіх або невдачі в контексті військових подій може бути недоречно, оскільки кожне підприємство зазнало унікальних впливів військових дій. Однак, важливо розглядати успіх не лише в контексті обсягів продажів, але й у здатності компаній пристосовуватися до нових реалій, зберігати стабільність та інноваційність у своїй діяльності.

Слід звернути увагу на те, що в умовах війни чинники впливу стають непередбачуваними і можуть включати в себе втрати робочої сили, збільшення вартості сировини та логістичні труднощі, що можуть суттєво вплинути на виробництво та постачання.

З огляду на динаміку цін на ринку, важливо відзначити, що на момент 27 жовтня 2023 року ціни залишаються відносно стабільними. Однак важливо враховувати, що це може бути результатом різних факторів, включаючи вплив війни на світові ринкові та торговельні відносини, а також національні та міжнародні економічні тенденції.

У підсумку, хоча компанії "АО «Фармак»", «ПрАТ Дарниця» та "ТОВ «АСІНО УКРАЇНА »" виступають лідерами за обсягами продажів у 2022 році, їхні успіхи слід аналізувати з урахуванням впливу війни на умови діяльності. Оцінка успішності повинна бути комплексною, охоплюючи аспекти стійкості бізнесу, його адаптивності до нових реалій та здатності до інновацій, які можуть визначити його довгостроковий успіх в умовах викликів війни.

Збільшення/зменшення продажу в гривневому вираженні, %



- | | | |
|--------------------------------------|--|--|
| 1 Фармак (Україна) | 2 Дарниця (Україна) | 3 Асіпо (Швейцарія) |
| 4 Teva (Ізраїль) | 5 Корпорація Артеріум (Україна) | 6 KRKA (Словенія) |
| 7 Sanofi (Франція) | 8 Київський вітамінний завод (Україна) | 9 Berlin-Chemie (Німеччина) |
| 10 Кусум Фарм (Україна) | 11 Дельта Медікел (Україна) | 12 Servier (Франція) |
| 13 Sandoz (Швейцарія) | 14 Юрія-Фарм (Україна) | 15 Група компаній «Здоров'я» (Україна) |
| 16 Bayer Pharmaceuticals (Німеччина) | 17 Abbott Products (Німеччина) | 18 ІнтерХім (Україна) |
| 19 AstraZeneca (Великобританія) | 20 Борщагівський ХФЗ (Україна) | |

Рис.1.6. Особливості продажі лікарських засобів на фармацевтичному ринку України в період 2022 року

У 2022 році аптечний ринок України скоротився на 7,2% у гривневому вираженні. Це пов'язано з низкою факторів, зокрема:

- З початком війни ситуація змінилась, що призвело до дефіциту товарів, зростання інфляції та зниження рівня доходів населення.
- Зміною логістичних маршрутів, що призвело до підвищення вартості та зниження доступності лікарських засобів.
- Зміною поведінки споживачів, які стали більш уважними до цін та якості лікарських засобів.

Найбільшими гравцями на ринку залишаються українські компанії "АО «Фармак»" і «ПрАТ Дарниця». "АО «Фармак»" утримує перше місце з часткою ринку 5,26%, а «ПрАТ Дарниця»- друге місце з часткою ринку 4,45%.

Найбільше скоротилися продажі компаній-імпортерів, таких як Sanofi, Teva та Sandoz. Це пов'язано з тим, що ці компанії є найбільшими постачальниками лікарських засобів, які виробляються за кордоном. Зростання вартості логістики та подорожчання сировини призвели до значного підвищення цін на ці лікарські засоби, що зробило їх менш доступними для споживачів.

Серед українських компаній найбільше скоротилися продажі «Корпорація «Артеріум»». Це пов'язано з тим, що компанія є одним з найбільших виробників ліків для серцево-судинної системи, які є одними з найбільш затребуваних у період пандемії COVID-19.

Найбільше зросли продажі компанії «ТДВ «ІНТЕРХІМ»». Це пов'язано з тим, що компанія є виробником вітчизняних лікарських засобів, які є більш доступними для споживачів у період економічної кризи.

Висновки:

У 2022 році аптечний ринок України зазнав значного скорочення. Це пов'язано з низкою факторів, зокрема військовою агресією Росії проти України, зміною логістичних маршрутів та зміною поведінки споживачів. Найбільшими гравцями на ринку залишаються українські компанії «АО «Фармак»» і «ПрАТ Дарниця». Найбільше скоротилися продажі компаній-імпортерів, таких як «Sanofi», «Teva» та «Sandoz». Серед українських компаній найбільше скоротилися продажі «Корпорація «Артеріум»». Найбільше зросли продажі компанії «ТДВ «ІНТЕРХІМ»».

1.2 Особливості розвитку та значення електронної комерції на фармацевтичному ринку

Вступивши в дію з 17 вересня 2020 року, Закон "Про внесення змін до статті 19 Закону України "Про електронну роздрібну торгівлю лікарськими засобами" визначив новий порядок продажу лікарських засобів онлайн в Україні. Ця правова ініціатива регламентує роботу інтернет-аптек та

встановлює ключові вимоги, що повинні бути виконані для забезпечення безпеки та ефективності цього виду електронної торгівлі.

Однією з найважливіших інновацій є легалізація продажу лікарських засобів через Інтернет відповідно до нового законодавства. Зазначені зміни визначають чіткі регуляторні вимоги для аптек, що продають медичні препарати в онлайн-режимі[6].

Відповідно до нових норм законодавства, інтернет-аптеки повинні мати професійну ліцензію, що визнається як гарантія їхньої кваліфікації та відповідності вимогам медичної сфери. До того ж, для легального функціонування, інтернет-аптеки повинні бути зареєстровані в Державній службі України з лікарських засобів та у Державному реєстрі інтернет-аптек. Це забезпечує контроль і відкритість в роботі аптек, а також захищає інтереси покупців.

Іншим важливим аспектом нового закону є обов'язковість наявності спеціальних функцій у веб-інтерфейсі інтернет-аптек. Зокрема, такі аптеки повинні забезпечити можливість здійснювати онлайн-відпуск лікарських засобів, що забезпечить зручність та доступність для клієнтів. Також, згідно з вимогами, їхні онлайн-платформи повинні бути обладнані рядом специфічних функцій, що дозволяють забезпечити ефективну та безпечну реалізацію медичних препаратів.

Взагалі, нові правові норми створюють рамки для відповідального та законного функціонування інтернет-аптек, забезпечуючи високий стандарт якості в області електронної роздрібною торгівлі лікарськими засобами в Україні. Це сприятиме зростанню довіри споживачів та розвитку сучасної медичної електронної інфраструктури в країні.

Аптечний ринок, який визначається великою орієнтацією на споживача, вивчається у звіті, здійсненому Есміром Демаї та Хімі Хіса в Великобританії та Німеччині. Результати дослідження вказують на те, що більшість споживачів (72%) віддають перевагу користуванню послугами аптек. Зазначено, що для багатьох споживачів важливо мати можливість

користуватися аптеками в Інтернеті, і недостатня їхня присутність в онлайн-просторі може стати заважаючим фактором у конкурентному середовищі та досягненні бажаних показників на ринку.

На сучасному етапі розвитку ринку аптек у США можна визначити його високий рівень розвиненості в онлайн-сегменті. Прикладом лідера цього ринку є компанія Amazon. Проведений аналіз вказує на можливість здійснення зручного пошуку ліків за їхніми назвами або симптомами на платформі Amazon. Крім того, користувачі можуть порівнювати ціни на ліки та отримувати детальну інформацію про онлайн-замовлення, а також забирати препарати в будь-якому зручному місці та часі завдяки удосконаленій службі медикаментозного забезпечення. [7]

Аптеки, що функціонують в онлайн-середовищі, повинні надавати ряд важливих функцій, щоб забезпечити задоволення потреб споживачів. Важливими елементами є зручний пошук ліків за різними критеріями, можливість порівняти ціни та отримати детальні дані про препарати. Беззаперечно, необхідною є можливість онлайн-замовлення та отримання ліків з будь-якого місця.

Поглиблене вивчення ринку показує, що в Україні, за даними Google Trends, зростає кількість споживачів, які виявляють інтерес до покупок ліків через Інтернет або користування послугою доставки додому. За період з 2019 по 2020 роки цей показник збільшився більш ніж утричі. Це свідчить про зростання попиту на зручні та доступні сервіси в онлайн-торгівлі лікарськими засобами серед українських споживачів[7].

Отже, ринок аптек визнає значущість своєї присутності в онлайн-просторі, і високий попит на ці послуги підтверджує необхідність подальшого розвитку цього напрямку та удосконалення онлайн-сервісів для задоволення потреб споживачів.

Останніми роками термін "цифрова трансформація" (ЦТ) став широко вживаним, особливо в контексті ділового світу. Цей термін визначає

важливий процес впровадження новітніх технологій у бізнес-процеси компаній, відзначаючи суттєвий зсув у способах функціонування організацій.

Цифрова трансформація не лише займає глобальний рівень, але також проникає на різні рівні бізнесу та в різні галузі. Вивчення цього процесу набуває особливого значення сьогодні, оскільки він стає ключовим фактором успіху для сучасних компаній[3].

Одним з яскравих прикладів є постійний розвиток та впровадження новітніх технологій транснаціональними корпораціями. Це означає, що ці компанії оцифровують свої бізнес-моделі, націлені на досягнення та утримання лідерства у своїх галузях.

Важливо визначити, що цифрова трансформація включає в себе не лише технічні зміни, а й перетворення в самому способі мислення та функціонування компаній. Це означає адаптацію до швидкозмінюваного цифрового середовища, де невеликі технологічні стартапи можуть змінити стандарти галузі.

Сучасні транснаціональні корпорації активно застосовують цифрові технології для оновлення своїх бізнес-моделей, створюючи технологічні бар'єри для конкурентів. Оцифровані бізнес-процеси дозволяють компаніям ефективніше взаємодіяти з клієнтами, оптимізувати внутрішні процеси та швидше реагувати на зміни в ринкових умовах.

Цифрова трансформація необоротно змінює ландшафт бізнесу, зміцнюючи позиції компаній, які гнучко реагують на інновації. Зростання важливості цього процесу вказує на необхідність постійного вивчення та адаптації до новітніх технологій для підтримки конкурентоспроможності[3]. Сектор бізнесу до споживача (B2C), згідно з аналізом Boston Consulting Group (BCG), здавна є лідером у впровадженні цифрових технологій. Цей сектор, охоплюючи медіа, роздрібну торгівлю, телекомунікації, страхування та банківську справу, визначає нові стандарти у використанні цифрових інновацій для поліпшення взаємодії з клієнтами та оптимізації бізнес-процесів[4].

Цифрова трансформація, відзначена BCG, найбільше вразила медіа- та телекомунікаційні сегменти. Це вказує на те, що ці галузі активно використовують інноваційні технології для вдосконалення способів комунікації та споживання медіа-контенту.

У той час як B2C домінує в цифровій трансформації, не всі галузі бізнесу однаково втягнуті в цей процес. Наприклад, у важких промислових секторах, таких як металургія, нафтогазова промисловість, енергетика та машинобудування, цифровізація переважно зосереджена на конкретних сферах.

У металургійній та нафтогазовій галузях, цифрові ініціативи можуть спрямовуватися на оптимізацію процесів видобутку та обробки ресурсів, зменшення витрат і підвищення продуктивності. В енергетичному секторі цифрові технології можуть використовуватися для вдосконалення систем управління енергопостачанням та реалізації ефективних стратегій використання ресурсів.

У машинобудівній галузі цифрова трансформація часто фокусується на внутрішньому функціонуванні компаній, орієнтуючись на оптимізацію виробничих процесів, підвищення якості та швидкість виробництва.

Важливою ноткою є те, що цифрова трансформація, як це відзначено BCG, на даний момент фокусується переважно на внутрішніх аспектах діяльності компаній у деяких галузях, і ще не належним чином аплікується на зовнішнє середовище.

Загальний висновок полягає в тому, що цифрова трансформація залишається ключовим елементом розвитку, особливо в секторі B2C, визначаючи нові стандарти для ефективного використання технологій. Прагнення до інновацій та адаптація до цифрових зрушень стають визначальними аспектами для успіху в сучасному бізнес-середовищі[4].

Останніми роками спостерігається стійке збільшення попиту на медичні послуги та зростання їх вартості. У сучасному середовищі охорони здоров'я фармацевтичні компанії стикаються з необхідністю стратегічних

змін, щоб відповісти на зростаючі потреби та впровадити ефективну трансформацію систем первинної медичної допомоги.

Це вимагає радикальних змін у парадигмі фармацевтичної галузі, зокрема, у напрямку ефективної трансформації систем первинної медичної допомоги. Використання новітніх цифрових технологій стає необхідністю для вдосконалення обслуговування пацієнтів та оптимізації процесів надання медичних послуг.

На мій погляд фармацевтична галузь для вдосконалення може переглянути свої традиційні підходи і активно впроваджувати цифрові ініціативи для створення ефективних систем первинної медичної допомоги. Однак, на жаль, більшість фармацевтичних компаній обмежуються невеликими кроками, такими як введення онлайн-замовлення ліків чи консультації фармацевта.

У сучасному вимірі цифрової трансформації для фармацевтичної галузі, важливо зазначити, що істинний успіх полягає в докорінній зміні підходів до бізнесу. Це означає переосмислення та революцію в способах, якими фармацевтичні компанії надають послуги та взаємодіють з клієнтами. Просто впровадження окремих цифрових сервісів не вистачає для досягнення суттєвих змін у сфері надання медичних послуг.

Цифрова трансформація має бути всебічною, охоплюючи кожний аспект відносин між фармацевтичними компаніями та пацієнтами, а також внутрішні бізнес-процеси. Це передбачає впровадження інноваційних технологій, зміну корпоративної культури та активну участь у формуванні майбутнього охорони здоров'я. Тільки такий комплексний підхід гарантує, що цифрова трансформація буде ефективною та призведе до суттєвих покращень у сфері медичних послуг.

Як прикладом такої трансформації може бути сайт tabletki.ua. Він є одним із найбільших інтернет-аптек в Україні. Він був заснований у 2011 році та пропонує широкий асортимент лікарських засобів, медичних товарів та косметики.

Tabletki.ua є прикладом того, як цифрова трансформація може сприяти покращенню доступності та якості медичних послуг. Сайт пропонує ряд переваг для споживачів, таких як:

- Зручність та доступність: tabletki.ua дозволяє замовити ліки з будь-якої точки України. Це особливо актуально для людей з обмеженими можливостями пересування, а також для тих, хто проживає в віддалених районах.
- Конкурентні ціни: tabletki.ua часто пропонує більш вигідні ціни на ліки, ніж традиційні аптеки. Це пов'язано з тим, що сайт має нижчі витрати на оренду, персонал та інші операційні витрати.
- Широкий асортимент товарів: tabletki.ua пропонує широкий асортимент лікарських засобів, включаючи рецептурні та безрецептурні препарати, а також медичні товари та косметику.

Tabletki.ua також активно впроваджує інноваційні технології для покращення якості обслуговування клієнтів. Зокрема, сайт пропонує такі можливості:

- Онлайн-консультації з фармацевтами: клієнти можуть отримати консультацію фармацевта онлайн, не виходячи з дому. Це може бути особливо корисно для людей, які не мають можливості відвідати традиційну аптеку.
- Персоналізовані рекомендації: сайт використовує штучний інтелект для надання клієнтам персоналізованих рекомендацій щодо лікарських засобів. Це допомагає клієнтам вибрати правильні ліки для їхнього медичного стану.
- Безкоштовна доставка: сайт пропонує безкоштовну доставку замовлень від певної суми. Це робить ліки більш доступними для людей із обмеженими фінансовими можливостями.

Tabletki.ua є прикладом того, як цифрова трансформація може сприяти покращенню доступності та якості медичних послуг в Україні. Сайт

пропонує ряд переваг для споживачів, а також впроваджує інноваційні технології для покращення якості обслуговування клієнтів.

У контексті цифрової трансформації фармацевтичного ринку України, tabletki.ua має потенціал стати лідером у галузі. Сайт має широку клієнтську базу, а також досвід упровадження інноваційних технологій. Якщо tabletki.ua продовжуватиме впроваджувати інноваційні технології та вдосконалювати свої послуги, він може стати ключовим гравцем у цифровій трансформації фармацевтичного ринку України.

Розвиток інформаційних технологій відкрив нові перспективи для фармацевтичної галузі та стимулював виникнення зовсім нових компаній в цьому секторі. Ці нові учасники мають можливість подавати заявки і виступати на ринку, що робить їх більш конкурентоспроможними порівняно із традиційними компаніями. Однак, незважаючи на переваги, які пропонують ці новаторські підприємства, впровадження цифрових послуг у фармацевтичному секторі відбувається значно повільніше.

Основою бізнес-моделі фармацевтичних компаній залишається кінцевий продукт, і навіть при наявності новітніх технологій цей аспект залишається важливим. Новаторські продукти та ліки, розроблені цими компаніями, можуть відігравати ключову роль у покращенні здоров'я та якості життя пацієнтів.

Фармацевтичні компанії впроваджують цифрові послуги на експериментальній стадії, і основний акцент робиться на розширенні областей, де ці послуги можуть бути надані. Однак, коли мова йде про надання цифрових послуг за межами традиційної аптеки, цей процес перебуває на стадії експериментів, і велика частина сектору ще не визначилася з точними стратегіями та підходами.

Не зважаючи на значні зміни в секторі, роль цифрових послуг "за межами аптеки" у фармацевтиці залишається на експериментальній стадії. Основна причина цього може бути пов'язана зі складністю впровадження

цифрових інновацій в галузі, а також з певними обмеженнями і регуляційними аспектами, які впливають на фармацевтичну сферу.

Загалом, роль цифрових послуг в бізнес-моделі фармацевтичних компаній досі залишається недостатньо вивченою темою в академічній літературі, існує значна неоднорідність в оцінках інфлюенсу цих послуг на ефективність галузі. Зокрема, важливість цифрових інновацій і послуг в сучасній фармацевтиці потребує докладнішого вивчення та наукового дискурсу для визначення їхнього дійсного впливу на розвиток галузі.

На основі досліджень «NEW ECONOMICS - 2019» (м. Київ, 14-15 листопада 2019 р.)[10] визначено, що фармацевтичні компанії повинні взяти на увагу необхідність адаптації своїх традиційних бізнес-моделей, відходячи від концепції лише постачальників препаратів та поєднуючи їх з інноваційними послугами "за межами пігулки". У контексті стрімкого розвитку цифрових технологій та змін у споживчих підходах, ця еволюція бізнес-моделі може сприяти створенню нових цінностей, спрямованих на досягнення конкретних результатів для пацієнтів.

У довгостроковій перспективі інтеграція інноваційних послуг повинна виступати як "підсилювач результату", що дозволить фармацевтичним компаніям не лише забезпечувати ліки, але й глибше взаємодіяти з клієнтами, забезпечуючи їм ефективне та індивідуалізоване лікування. Важливо визнати, що це перетворення вимагатиме від компаній інвестицій в розробку та впровадження нових технологій, таких як цифрові платформи для моніторингу здоров'я чи телемедицина.

Сучасна фармацевтична галузь, залишаючись зосередженою на таблетованих препаратах, упускає можливості, які можуть виникнути при розширенні спектру послуг. Перегляд стандартних бізнес-моделей та виявлення нових можливостей може збільшити конкурентоспроможність компаній в довгостроковій перспективі.

Насамперед, фармацевтичні компанії повинні визначити ефективність своєї поточної бізнес-моделі, оцінити, наскільки вона відповідає сучасним

вимогам ринку та споживачів. Згідно нашого аналізу, наразі економічні стимули для розширення асортименту послуг ще недостатні. Фармацевтичні компанії можуть виявити специфічні області, де інтеграція нових послуг може бути особливо цікавою та корисною для пацієнтів, щоб стимулювати попит та виробити нові стратегії для ефективного впровадження цього підходу у практиці.

В сучасному контексті багато фахівців в сфері охорони здоров'я розглядають перспективи значного впливу на сектор мобільних додатків, спрямованих на поліпшення медичних послуг та пацієнтського досвіду. З метою ефективної реалізації цих ініціатив, важливо встановити ефективну співпрацю з ІТ-компаніями, оскільки вони можуть компенсувати відсутність компетенцій та досвіду у сфері збору та аналізу даних.

Взаємодія з ІТ-компаніями стає необхідною для забезпечення успішного впровадження цифрових рішень в галузі охорони здоров'я. Ця співпраця має на меті не лише компенсацію відсутніх компетенцій, але й прискорення процесу розробки та забезпечення актуальності цифрових послуг. ІТ-компанії, завдяки своєму досвіду, можуть внести вагомий вклад у вдосконалення медичних додатків, забезпечуючи їхню адаптацію до реальних потреб користувачів.

Процес співпраці з ІТ-компаніями може бути впроваджений у різні етапи дослідження та розробки. Від початкового етапу обговорення концепції до активної фази реалізації проекту, важливо забезпечити тісний зв'язок між розробниками медичних рішень і технічними експертами. Це дозволить забезпечити не тільки створення продуктів, які відповідають стандартам якості, але й враховувати специфічні потреби користувачів, що покращить прийняття цифрових послуг в галузі охорони здоров'я.

Цей інтегрований підхід також дозволяє уникнути розривів між розробкою продуктів та створенням відповідних послуг, допомагаючи створити цілісне цифрове середовище, спрямоване на покращення якості медичної допомоги та задоволення потреб пацієнтів.

Висновки до першого розділу

На основі проведеного аналізу актуальних тенденцій та перспектив розвитку цифрових технологій в сфері охорони здоров'я, виявлено важливість співпраці фармацевтичних компаній із сферою інформаційних технологій. Ця взаємодія визначається необхідністю компенсації відсутніх компетенцій у зборі та аналізі даних, а також активізацією розвитку цифрових медичних послуг.

Багато компаній зосереджують свою увагу на розвитку мобільних додатків для охорони здоров'я, важливою стає співпраця із сучасними ІТ-компаніями. Це дозволяє не лише забезпечити відмінність та конкурентоспроможність фармацевтичних продуктів і послуг, але й швидше впроваджувати інновації в галузі медицини. Результативність цього партнерства може проявитися в забезпеченні доступу до актуальної та персоналізованої медичної інформації, поліпшенні процесів надання медичних послуг і підвищенні якості обслуговування споживачів фармацевтичної продукції.

Зазначені зусилля у напрямку цифрової трансформації у сфері фармації можуть стати ключовим елементом стратегії, спрямованої на переосмислення бізнес-моделей та створення нових цінностей. Однак важливо враховувати, що цей процес є експериментальним, і досягнення успіху вимагає від компаній гнучкості та готовності до постійного вдосконалення у відповідь на змінюючі технологічні вимоги та очікування пацієнтів.

РОЗДІЛ II

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ

Під час проведення порівняльного аналізу трафіку та джерел електронної комерції на фармацевтичному ринку, було ініційовано детальний огляд ресурсів електронної комерції, зокрема, зосереджено увагу на tabletki.ua. Використовуючи сервіс [similarweb](http://similarweb.com) для отримання вичерпних даних, вдалося виявити ряд важливих показників та факторів. Зазначимо, що цей підхід дозволив здійснити аналіз джерел електронної комерції в сфері фармації і визначити ключові тенденції трафіку, виявивши різноманітні важливі аспекти та перспективи розвитку даного сегменту ринку.

2.1 Порівняльна характеристика трафіку та аналіз джерел електронної комерції на фармацевтичному ринку

У результаті комплексного аналізу можна констатувати, що в контексті всесвітньо визнаного глобального рейтингу веб-ресурсів, tabletki.ua розташувався на захопливій позиції під №2,596. Однак, при детальному розгляді додаткових показників стає відомо, що його внутрішній статус в Україні визначається невпевненим рейтингом, а саме – №30.

Особливу увагу слід приділити факту, що в межах своєї відповідної категорії tabletki.ua займає видатне перше місце за загальною кількістю відвідувань, що складає 19.1 мільйона людей. Цей вражаючий показник є переконливим свідченням великого попиту та активності користувачів на даному веб-ресурсі. Також, значущим аспектом є відсоток відмов, який становить 41.82%, вказуючи на особливу привабливість та глибину інтересу відвідувачів до контенту сайту.

Крім того, наявна інформація свідчить про те, що середня кількість сторінок переглядів за кожен візит складає 5.49. Це відзначає глибокий рівень змісту та насиченість інформацією на ресурсі. Зафіксована середня тривалість візиту у 4 хвилини та 8 секунд свідчить про те, що tabletki.ua

відповідає очікуванням користувачів, надаючи не лише обширний обсяг інформації, але й створюючи комфортні та захоплюючі умови для їхнього перебування на веб-платформі.[13]

В українському рейтингу веб-сайт tabletki.ua досяг першої позиції завдяки вражаючій обсяжній рекламній компанії, що вивела його в центральний фокус уваги. В наші дні він представляє собою сервіс, про який знає практично кожен українець.

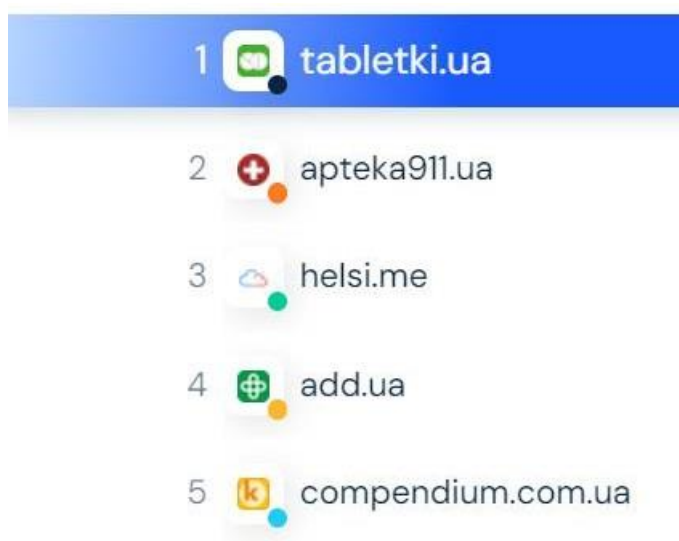


Рис.2.1 Рейтинг сервісів які використовують у фармації

Результати аналізу демонструють значущий ріст відвідуваності веб-ресурсу tabletki.ua на 1.18% протягом останнього місяця, зокрема на настільних комп'ютерах. Цей високий рівень зацікавленості свідчить про успішну імплементацію ефективних маркетингових стратегій та високу привабливість контенту.

За період листопаду загальна кількість візитів на tabletki.ua склала імпозантних 19.1 мільйона, визначаючи ресурс як один із найпопулярніших серед користувачів. Цей високий трафік свідчить про важливість та вплив ресурсу в онлайн-середовищі.

Позитивна зміна загального трафіку на розглянутий веб-сайт за останній місяць на настільній та мобільній версіях свідчить про успішне пристосування до різних пристроїв, надаючи користувачам зручний доступ до контенту.

Незважаючи на ці позитивні показники, важливо відзначити відсоток відмов, що становить 41.82%. Це може вказувати на необхідність оптимізації змісту та інтерфейсу для підвищення привабливості ресурсу для відвідувачів.

Середня кількість переглядених сторінок за візит складає 5.49, вказуючи на насиченість та різноманіття інформації на сайті. Це підкреслює зацікавленість відвідувачів у різних аспектах наданого контенту.

Середня тривалість візиту у 4 хвилини та 8 секунд свідчить про те, що відвідувачі не тільки знаходять необхідну інформацію, але й витрачають час на вивчення деталей. Це вказує на якісний та привабливий характер інформації, що задовольняє потреби користувачів та сприяє позитивній інтеракції з веб-сайтом tabletki.ua.

В порівнянні з другим за трафіком сайтом у категорії фармація, а саме [arteka911](http://arteka911.com), графіки демонструють приріст у обох джерелах. Проте особливо цікавим є факт, що [arteka911](http://arteka911.com) виявляє більший приріст. Це може бути пояснено тим, що сайт пропонує пряме онлайн-замовлення та можливість локаційного придбання препаратів у фізичних точках, а саме аптеках.

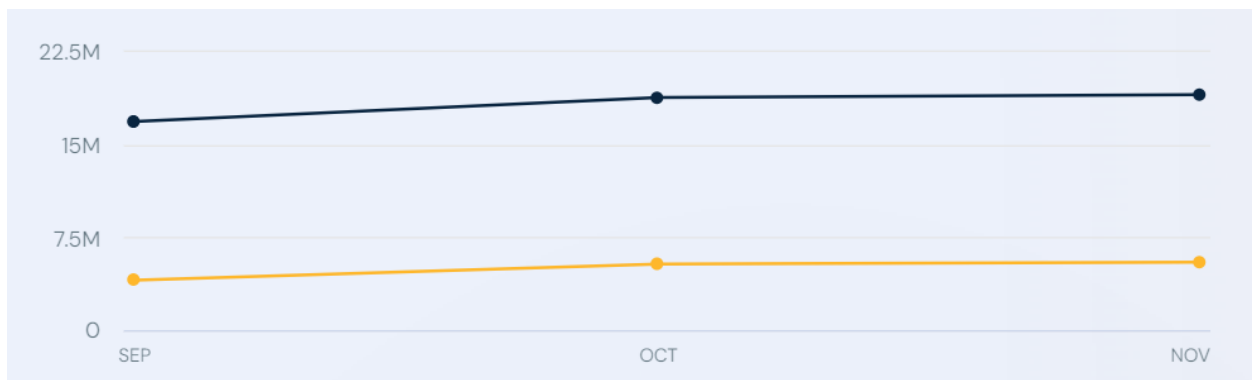


Рис.2.2. Приклад порівняльного аналізу трафіку сайтів з вересня по листопад 2023 рік.

Цей приріст [arteka911](http://arteka911.com) стає ключовим індикатором щодо прогнозування різноманітних аспектів, таких як збільшення впізнаваності бренда, підвищення рівня довіри до бренда та реального збільшення обсягу продажів. Факт, що користувачі виявляють більше зацікавленість в розширених можливостях покупки на [arteka911](http://arteka911.com), свідчить про позитивну реакцію на такий підхід до обслуговування клієнтів.

Цей високий приріст у трафіку може вказувати на ефективність стратегій маркетингу та виведення бранда на новий рівень відомості серед споживачів. Крім того, можливість локаційного придбання в аптеках може бути фактором, що сприяє розширенню розповсюдження бранда та залученню нового клієнтського контингенту.

Отже, аналіз приросту трафіку на артека911 не лише підкреслює його успішність у вивченні потреб клієнтів, але і прогнозує позитивні перспективи для розвитку бранда, підвищення довіри та збільшення обсягу реальних продажів.

Показники трафіку, особливо склад аудиторії, визначають поточну частку ринку та важливі аспекти взаємодії з різними сегментами аудиторії. В разі tabletki.ua, аудиторія вражає своєю різноманітністю, розкриваючи цінну інформацію.

Щодо складу аудиторії, 47.18% користувачів - чоловіки, тоді як 52.82% - жінки. Це свідчить про рівномірний розподіл уваги до сайту з обох гендерних груп. Такий баланс є важливим, оскільки відображає різноманітні інтереси та потреби обох статей, що може бути важливим у контексті маркетингових стратегій та рекламних кампаній.

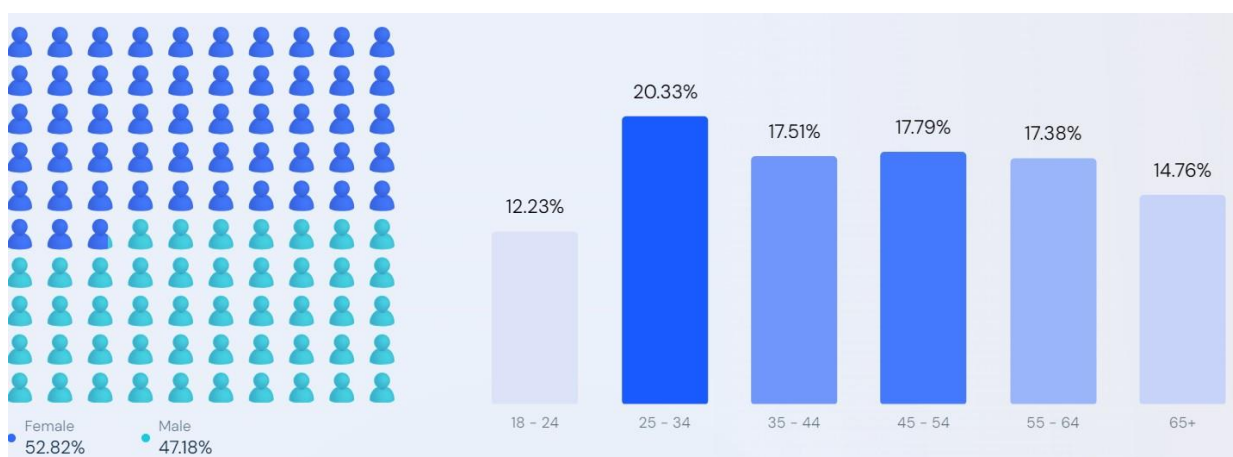


Рис.2.3. Приклад трафіку по гендерному складу.

Найчисленнішою віковою групою користувачів є ті, які віком від 25 до 34 років, особливо в настільній версії. Це вказує на те, що молодша аудиторія виявляє активний інтерес до ресурсу. Зрозуміння цільової вікової групи має

стратегічне значення для налаштування контенту та забезпечення максимальної привабливості для цільової аудиторії.

Загальний портрет аудиторії tabletki.ua, що включає в себе розподіл за гендерними ознаками та віковими групами, визначає важливі основи для розвитку стратегій маркетингу та комунікації, спрямованих на задоволення потреб цільової аудиторії.

Огляд маркетингових каналів tabletki.ua розкриває важливі аспекти щодо притоку трафіку та ефективності різних джерел. Зазначені основні канали цифрового маркетингу визначають динаміку інтернет-присутності сайту та його взаємодію з аудиторією.

За звітом, основним джерелом трафіку для tabletki.ua є Органічний пошук, який забезпечує значну частку - 65.27%. Це свідчить про успішну оптимізацію контенту та ключових слів для приваблення органічного трафіку через пошукові системи. Ефективна стратегія SEO може бути визнана ключовим фактором успіху в цьому напрямку.



Рис.2.4. Розподіл каналів трафіку.

Другим важливим каналом є Прямий трафік, який становить 28.28%. Це може вказувати на високий рівень впізнаваності бренда та прямий вхід користувачів, що вже знають про tabletki.ua та активно взаємодіють з

ресурсом. Прямий трафік може бути результатом рекламних кампаній, брендovих ідентифікаторів та повторних відвідувань.

Важливо відзначити, що "Медійний" канал залишається невикористаним. Це може слугувати ознакою, що доцільно переглянути та оптимізувати стратегію медійного маркетингу для привертання уваги нових користувачів через різні медійні платформи.

У цілому, аналіз маркетингових каналів вказує на успішність оптимізації для пошукового трафіку та важливість прямого взаємодії з аудиторією. Водночас, можливості розвитку в медійному напрямку варто вивчити для розширення впливу та залучення нових користувачів.

Розподіл органічних та платних ключових слів, що направляють трафік на tabletki.ua з настільних комп'ютерів, вказує на високий рівень природного (органічного) приваблення аудиторії та обмежений внесок платного рекламного контенту.



Рис.2.5. Частка органічного та проплаченого пошуку по словам.

Згідно з даними, органічні ключові слова становлять значну частку - 97.97%. Це свідчить про високу ефективність стратегій SEO та привабливість контенту для користувачів, які знаходять сайт через органічний пошук. Такий високий показник органічного трафіку може бути результатом якісного та оптимізованого змісту, що відповідає запитанням користувачів.

Платні ключові слова внесли скромний внесок у вигляді 2.03%. Це може вказувати на обмежений обсяг інвестицій у контекстну рекламу або

інші платні стратегії привертання уваги. Якщо органічний трафік допомагає привертати аудиторію, то можливості для платного рекламного контенту можуть бути ще не повністю використані.

Враховуючи великий внесок органічного трафіку, можливо важливо продовжувати інвестувати в оптимізацію контенту та стратегії SEO. Одночасно, платні кампанії можуть бути розглянуті для розширення аудиторії та привертання уваги через рекламні канали.

Реферальний трафік для tabletki.ua розподіляється між різними веб-сайтами, що спрямовують прямі посилання на ресурс. Детальний аналіз топових реферальних веб-сайтів надає важливу інформацію про джерела трафіку та інтереси користувачів.

1. **Здоров'я - Інше (8.62%)**: Це категорія, що може включати різноманітні ресурси, пов'язані із здоров'ям та медициною. Приваблення трафіку з цієї категорії може бути важливим фактором для tabletki.ua, оскільки він пов'язаний з основною тематикою веб-сайту.
2. **Фінансове планування та управління (5.74%)**: Це може свідчити про взаємодію з фінансовими ресурсами або платформами, які надають інформацію про фінансове планування та управління, що може бути корисним для користувачів tabletki.ua.
3. **Новини та публікації (5.74%)**: Приваблення трафіку з новинних та публікаційних ресурсів може вказувати на активність в медійному просторі та інтерес до інформації, яка може бути пов'язана із здоров'ям та медициною.
4. **Потокова передача та інтернет-телебачення (1.28%)**: Можливо, є співпраця або промоція через платформи для потокової передачі та інтернет-телебачення, що може привести до додаткового трафіку.
5. **Пошукові системи (0.96%)**: Це вказує на те, що певна частина трафіку приходить через пошукові системи. Це може бути результатом роботи над SEO та оптимізацією контенту для пошукових запитань.

6. **Інші (77.65%)**: Цей великий відсоток вказує на те, що існує ряд різноманітних джерел трафіку, які не вписуються в конкретні категорії. Зокрема, з розділу "Інші", бачимо конкретні веб-сайти, такі як bobotic.com.ua, humer.ua та google.com, які вносять свій вклад у реферальний трафік tabletki.ua з настільних комп'ютерів. Це може бути результатом партнерських угод, співпраці або рекомендацій від цих ресурсів.

1. **bobotic.com.ua (1.28%)**: Цей ресурс становить значний внесок у реферальний трафік. Можливо, це партнерський або афіліатський веб-сайт, який активно рекомендує або співпрацює з tabletki.ua, що призводить до привертання аудиторії.
2. **humer.ua (1.06%)**: Цей ресурс також відзначається як значущий внесок до реферального трафіку. Подібно до bobotic.com.ua, humer.ua може мати партнерську або спільну ініціативу з tabletki.ua, що призводить до перенаправлення відвідувачів.
3. **google.com (0.96%)**: Це може вказувати на те, що певна частина трафіку приходять через результати пошукового двигуна Google. Це може бути через органічний пошук або платні рекламні кампанії на платформі Google, такі як Google Ads.

Взаємодія з такими веб-сайтами свідчить про важливі партнерські або рекламні зв'язки, які можуть впливати на трафік та відвідуваність tabletki.ua. Такі співпраці можуть призводити до взаємовигідних угод із залученням нових користувачів та розширенням аудиторії.

Для порівняльного аналізу взято показники двох інтернет-ресурсів, щоб ретельно порівняти їхні характеристики та обсяг трафіку. Обрані платформи для дослідження - tabletki.ua та arteka911 - представляють собою за функціоналом схожі сервіси, що надають інформацію про лікарські засоби та медичні продукти. Аналіз проведено за період з вересня по листопад 2023 року.

Першочергово було враховано показники трафіку на обох ресурсах. Визначено динаміку відвідуваності, середню тривалість сесій, кількість

переглядів сторінок та інші аспекти, які вказують на популярність та активність користувачів на платформах.

Хоча tabletki.ua виходить далеко вперед у рейтингу [similarweb](http://similarweb.com), нарощування позицій у рейтингу протягом останніх трьох місяців є значущим фактором для [arteka911](http://arteka911.ua). Попри вже високий рейтинг tabletki.ua, важливо відзначити, що [arteka911](http://arteka911.ua) продемонстрував вражаючий ріст, що свідчить про активний розвиток та збільшення популярності серед користувачів.



Рис.2.7. Порівняльний аналіз позицій у рейтингу сайтів arteka911.ua та tabletki.ua

Як ми можемо побачити сайт [arteka911](http://arteka911.ua) на початок вересня 2023 знаходилась на 171 місці в Україні по трафіку ,а на кінець листопада 2023 вже на 124,що свідчить про зміну стратегії та її позитивному впливу на трафік.

У листопаді 2023 року tabletki.ua продемонстрував вражаючий обсяг трафіку, значно випереджаючи arteka911.ua за загальною кількістю відвідувань. При детальному аналізі показників трафіку обох ресурсів за останні три місяці, виявляються певні відмінності та спільні риси.[14]

Загальна кількість візитів та Динаміка:

arteka911.ua:

- Загальна кількість відвідувань: 5.5М
- Зміна за останній місяць: +2.59%
- Середня тривалість відвідування: 00:03:43

- Сторінок за відвідування: 4.71
- Відсоток відмов: 47.86%

tabletki.ua:

- Загальна кількість відвідувань: 19.1М
- Зміна за останній місяць: +1.18%
- Середня тривалість відвідування: 00:04:08
- Сторінок за відвідування: 5.49
- Відсоток відмов: 41.82%

Аналіз показників:

1. Обсяг трафіку:

Tabletki.ua виводиться вперед із загальною кількістю відвідувань у 19.1М, що значно перевершує 5.5М від артека911.ua.

2. Динаміка трафіку:

Обидва сайти демонструють позитивну тенденцію в зростанні трафіку, але артека911.ua вражає своєю зміною у +2.59% за останній місяць.

3. Споживачська активність:

Tabletki.ua має вищу середню тривалість відвідування (00:04:08), більше сторінок за відвідування (5.49) та менший відсоток відмов (41.82%), порівняно з артека911.ua.

Хоча tabletki.ua визначається як лідер за обсягом трафіку, артека911.ua також вражає позитивними змінами та високою активністю відвідувачів. Збільшення кількості відвідувань артека911.ua свідчить про успішний розвиток та збільшення інтересу користувачів до цього ресурсу за останні три місяці.



Рис.2.8. Розподіл сайтів на фармацевтичному ринку в Україні.

Висновок до Аналізу Інтернет-Джерел Трафіку та Функціоналу Ресурсів tabletki.ua та apteka911.ua

Проведений аналіз двох визначених інтернет-ресурсів, tabletki.ua та apteka911.ua, за останні три місяці виявив ряд цікавих тенденцій та відмінностей. Розглянемо ключові аспекти в контексті трафіку, функціоналу, та інших метрик для кращого розуміння динаміки розвитку обох платформ.

1. Обсяг та Динаміка Трафіку:

Tabletki.ua визначається величезним обсягом трафіку, який перевищує 19.1М відвідувань. Зростання на 1.18% у порівнянні із попереднім місяцем свідчить про стабільність та постійний інтерес відвідувачів. З іншого боку, apteka911.ua продемонстрував значний приріст у позиціях рейтингу та зростання трафіку на 2.59% за останній місяць, вказуючи на активний розвиток та популярність серед користувачів.

2. Функціонал та Залучення:

Багатофункціональність tabletki.ua відображається у великій кількості сторінок за візит, високій середній тривалості відвідування (00:04:08), та низькому відсотку відмов (41.82%). apteka911.ua, незважаючи на менший обсяг трафіку, показав стабільну середню тривалість відвідування (00:03:43) та активність користувачів, яка сприяє збільшенню позицій у рейтингу.

3. Географічний Розподіл Трафіку:

Зазначена різниця в географічному розподілі трафіку свідчить про глобальну популярність tabletki.ua з часткою в 83.8%, в той час як arteka911.ua має свою аудиторію з різних країн, становлячи 16.2% від загального трафіку.

4. Аналіз Ключових Слів та Реферального Трафіку:

Обидва ресурси успішно використовують органічні ключові слова для привертання трафіку (97.97%). Однак, розподіл реферального трафіку вказує на важливість для arteka911.ua, де відзначаються реферальні веб-сайти, такі як bobotic.com.ua та humer.ua.

5. Споживачська Активність:

Із загальної кількості візитів за останні 3 місяці arteka911.ua впевнено виводить різноманітність свого функціоналу та активізації користувачів, що може бути ключовим чинником росту популярності.

Tabletki.ua визначається великим обсягом трафіку та вражаючою функціональністю, а arteka911.ua, хоча зазнає значного росту, зосереджується на реферальному трафіку та сприяє активній участі користувачів. Обидва ресурси успішно використовують свої переваги для привертання та утримання аудиторії, а динамічність їхнього розвитку є ключовим чинником в конкурентному інтернет-середовищі.

2.2. Перспективи розвитку електронної інфраструктури для збільшення доступності для споживачів

Як зазначав Кравченко, Б.О.[15], розвиток інформаційно-комунікативних технологій, зокрема у сфері електронної комерції, відчиняє перед бізнесом нові можливості. Цифрова економіка та нові технології створюють унікальне поле для компаній, де вони можуть залучати нових клієнтів, розширювати ринки збуту, оптимізувати бізнес-процеси та підвищувати якість продукції та послуг, розширюючи при цьому географію своєї діяльності.

Використання Інтернету, соціальних мереж, мобільних додатків та хмарних технологій дозволяє підприємствам не лише ефективно здійснювати продажі своєї продукції, але й покращувати комунікацію з клієнтами та оптимізувати управління.

Однак, зауважимо, що успіх в цьому напрямку залежить не лише від вміння використовувати передові технології, але й від готовності компанії адаптуватися до постійних змін та від інноваційного підходу до управління. Виклики та можливості, які виникають у контексті цифрової економіки, вимагають від керівництва глибокого інноваційного мислення та гнучкості у прийнятті рішень.

Також, слід врахувати, що розвиток інфраструктури в електронній сфері має прямий вплив на збільшення доступності для споживачів. Поліпшення інфраструктури, такої як розширення мережі швидкісного Інтернету, розвиток онлайн-платформ та забезпечення безпеки електронних транзакцій, сприяють зростанню можливостей споживачів з використання електронних сервісів та покупок онлайн.

Потрібно пам'ятати, що розвиток електронної інфраструктури – це не лише технологічні зміни, але й ключовий елемент вдосконалення взаємодії між бізнесом та споживачами. Такий підхід сприяє не тільки розширенню аудиторії, але й створює нові шляхи для вдосконалення якості обслуговування та задоволення потреб споживачів.

У світлі цього аналізу можна визначити, що перспективи розвитку електронної інфраструктури впливають на бізнес-середовище, надаючи підприємствам можливість впроваджувати інновації та створювати конкурентні переваги. Правильна стратегія використання технологій у поєднанні з гнучким підходом до змін дозволяє досягати успіху та забезпечує сталість в умовах швидко змінюючогося ринку.

У світі, де технології швидко вдосконалюються, мобільні додатки для здоров'я стають ключовим інструментом для користувачів та медичних закладів. Дані додатки визначаються своєрідним поєднанням технологій та

медицини, що створює унікальні можливості для підвищення якості здоров'я та сприяє розширенню доступності медичних послуг.

Мобільні додатки дозволяють пацієнтам легко вести журнали про своє здоров'я, відслідковуючи основні показники. Здійснюючи постійний моніторинг, користувачі отримують можливість вчасно реагувати на зміни та спрямовувати свої зусилля на збереження здоров'я.

Використання аналітичних інструментів дозволяє додаткам аналізувати дані та створювати персоналізовані рекомендації. Враховуючи індивідуальні особливості, такі додатки допомагають пацієнтам утримувати оптимальний рівень здоров'я.

Мобільні додатки надають доступ до інформації про ліки, їх взаємодію та можливі побічні ефекти. Це не лише сприяє освіченості пацієнтів, а й допомагає уникнути непередбачених ситуацій при самолікуванні.

Для пацієнтів із хронічними захворюваннями мобільні додатки стають невід'ємним інструментом для постійного моніторингу та управління їхнім станом. Зручність такого спостереження сприяє зниженню ризиків загострень та покращенню якості життя.

Мобільні додатки можуть допомогти зменшити потік пацієнтів до лікарень, надаючи можливість отримати консультації та поради віддалено. Це створює можливість ефективніше використовувати ресурси медичної системи та надавати медичну допомогу швидше та точніше.

Однією з ключових викликів є забезпечення адекватного рівня конфіденційності медичної інформації. Розробники повинні активно працювати над методами шифрування та захисту даних, щоб користувачі відчували себе впевнено.

Для того, щоб мобільні додатки стали повноцінним інструментом у медичній практиці, необхідно вирішити питання стандартизації та інтеграції з існуючими медичними інформаційними системами. Це дозволить забезпечити спільну платформу для обміну даними між пацієнтами та медичним персоналом.

Оптимізація здоров'я та забезпечення доступності медичних послуг через мобільні додатки для здоров'я є перспективним напрямком розвитку. Незважаючи на виклики, пов'язані з конфіденційністю та інтеграцією, перспективи цього напрямку є захопливими, оскільки він може суттєво полегшити життя пацієнтів та вдосконалити систему надання медичних послуг.

Розглянемо ще один важливий аспект розвитку мобільних додатків для здоров'я – їхня роль у покращенні комунікації між пацієнтами та медичним персоналом. Відкрита лінія спілкування між цими двома сторонами може сприяти швидшому виявленню проблем, а також наданню оперативної консультації та підтримки.

Використання технологій штучного інтелекту (ШІ) у мобільних додатках може полегшити розпізнавання симптомів, надавати користувачам персоналізовані поради щодо здоров'я та навіть прогнозувати можливі ризики захворювань. Інтеграція ШІ в медичні додатки дозволить підняти їхню ефективність та точність у наданні корисної інформації.

Значним аспектом розвитку мобільних додатків для здоров'я є їхня доступність для широкого кола користувачів. Розробка додатків, що враховують особливості різних груп населення, враховуючи вікові, соціальні та культурні аспекти, є ключовою для забезпечення універсального доступу до медичної інформації.

Важливим напрямком є інтеграція мобільних додатків для здоров'я в системи електронної медичної історії пацієнтів. Це дозволить медичним працівникам отримувати повну картину про стан здоров'я пацієнта, що є критичним для надання якісної та координованої медичної допомоги.

Для успішного розвитку мобільних додатків для здоров'я важливо створювати сприятливе середовище для співпраці між розробниками, медичним персоналом, галузевими експертами та органами регулювання.

Спільні зусилля у цьому напрямку допоможуть забезпечити високий стандарт та безпеку використання медичних додатків.

Однією з перспектив розвитку є вдосконалення мобільних додатків для здоров'я в напрямку телемедицини. Впровадження технологій віртуальних консультацій та діагностики через мобільні додатки може розширити доступність медичних послуг, особливо в умовах віддалених регіонів.

Наголошуючи на зручності та доступності, важливо також розвивати мобільні додатки для здоров'я в напрямку інклюзивного дизайну. Це означає, що додатки повинні бути легкими у використанні для всіх користувачів, незалежно від їхніх фізичних або когнітивних можливостей.

Враховуючи вищезазначені аспекти, можна зробити висновок, що розвиток мобільних додатків для здоров'я є перспективним напрямком, який має потенціал вплинути на покращення якості та доступності медичних послуг. Через поєднання технологій, медицини та взаємодії різних стейкхолдерів, можливо створити інноваційні рішення, спрямовані на підвищення рівня охорони здоров'я населення.

Висновок до розділу

Розглянувши перспективи розвитку електронної інфраструктури для збільшення доступності медичних послуг для споживачів, можна визначити декілька ключових напрямків, які визначатимуть еволюцію цього сегменту. Важливо враховувати, що електронні технології та мобільні додатки не лише впливають на сам процес надання медичних послуг, але й розширюють можливості самозахисту та здоров'я кожного споживача.

Перш за все, розвиток мобільних додатків для здоров'я виявляється важливим чинником для покращення комунікації між пацієнтами та медичним персоналом. Відкрита та швидка лінія спілкування через додатки сприяє оперативному виявленню проблем, наданню порад та забезпеченню підтримки в реальному часі.

Інтеграція технологій штучного інтелекту в мобільні додатки для здоров'я відкриває нові горизонти в області діагностики та попередження

захворювань. Аналіз симптомів та персоналізовані поради дозволяють користувачам отримувати точну та індивідуалізовану інформацію про їхнє здоров'я.

Окрім того, доступність мобільних додатків для різних груп населення важлива для створення універсальної системи медичної інформації. Розробка додатків, які враховують вікові, соціальні та культурні особливості користувачів, дозволяє забезпечити рівноправний доступ до здоров'я для всіх.

Важливою є також інтеграція мобільних додатків для здоров'я в системи електронної медичної історії пацієнтів. Це полегшить ведення медичної документації та дозволить медичним працівникам отримувати повну картину про стан здоров'я пацієнта.

Успішний розвиток мобільних додатків для здоров'я залежить від сприятливого середовища для співпраці між розробниками, медичним персоналом, експертами галузі та органами регулювання. Спільні зусилля у цьому напрямку сприятимуть створенню високих стандартів та забезпечать безпеку використання медичних додатків.

Одним із перспективних напрямків є впровадження технологій телемедицини через мобільні додатки. Це сприятиме збільшенню доступності медичних послуг, особливо в регіонах з віддаленим доступом.

Загалом, розвиток мобільних додатків для здоров'я має потенціал суттєво вплинути на поліпшення якості та доступності медичних послуг. Поєднуючи технологічні інновації з потребами сучасного суспільства, можна сформулювати новий етап у розвитку системи охорони здоров'я.

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження було проаналізовано історичний розвиток та сучасний стан фармацевтичного ринку України.

1. Здійснено докладне вивчення концепцій та технологій електронної комерції, виявлено їхню вагому роль та значення в контексті фармацевтичного сектору.
2. Аналіз обсягів та динаміки продажів медичних продуктів через Інтернет, а також порівняння трафіку на основні джерела електронної комерції, дозволили визначити ефективність цього каналу розповсюдження та виявити основні тенденції.
3. Вивчення можливостей розвитку фармацевтичного ринку через електронну комерцію дало можливість сформулювати рекомендації щодо підвищення якості обслуговування та безпеки в електронному сегменті.
4. Проаналізувавши ринкові показники, було визначено перспективні напрямки розвитку, зокрема шляхом впровадження технологій телемедицини та розширення функціоналу мобільних додатків для здоров'я.

Загалом, магістерська робота сприяла глибокому розумінню взаємодії електронної комерції та фармацевтичного бізнесу в Україні. Отримані результати можуть слугувати основою для подальших наукових досліджень та розвитку стратегій у цій області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. АНАЛІЗ АКТУАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ВОЄННОГО СТАНУ Режим доступу: <https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/31129/1/%D0%A4%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%92%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D1%80%D1%96%D1%8F%2C%2015.06.2023.pdf>
2. АНАЛІЗ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА АПТЕЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ Костенко Олександр Васильович Режим доступу: <http://ir.library.nmu.com/bitstream/123456789/2510/1/%D0%9A%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D1%82%D0%B5%D0%B7%D0%B8-55-56.pdf>
3. Analysis of the state of implementation of digital technologies in pharmaceutical supply chain activities Лісна, А. Г. Посилкіна, О. В. Lisna, A. G. Posilkina, O. V. Режим доступу: <https://dspace.nuph.edu.ua/handle/123456789/31542>
4. Біленька, Н. П. та ін. Мережевий етикет в сегменті електронної торгівлі фармацевтичної галузі Режим доступу: <https://card-file.ontu.edu.ua/handle/123456789/21135>
5. ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРУКТУРИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ Томілова-Яремчук Надія Олександрівна Режим доступу: http://www.aenu.org/download/monographs/forum2019_t2.pdf#page=201
6. Галіна Різак, Ірина Гейко, Вікторія Довжук, Людмила Коновалова, Наталія Власенко. «Проблеми фальсифікації лікарських засобів в умовах пандемії COVID-19: адаптація законодавства України до норм Європейського Союзу». Research Journal of Pharmacy and Technology, Vol. 16, N 7, 2023, p. 3511–3517.
7. Джерело similarweb Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/SimilarWeb>
8. Джерело similarweb Режим доступу: <https://web-promo.ua/ua/blog/similarweb-shho-cze-za-servis-navishho-ta-komu-potriben/>
9. Джерело similarweb Режим доступу: <https://addons.mozilla.org/uk/firefox/addon/similarweb-sites-recommendatio/>
10. ЗАКОН УКРАЇНИ Про внесення змін до статті 19 Закону України "Про лікарські засоби" щодо здійснення електронної роздрібною торгівлі лікарськими засобами Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/904-20#Text>

11. ЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ФОРМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ Автор(и) В. В. БАТРИМЕНКО Режим доступу: <https://jrnل.nau.edu.ua/index.php/SR/article/view/14502>
12. МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ DOI: 10.32702/2306-6814.2022.9—10.16 О. Ренкова, Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/9-10_2022/5.pdf
13. Міністерство освіти і науки України Західноукраїнський національний університет ПОДОЛЯК ОКСАНА ВОЛОДИМИРІВНА РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ РЕГІОНУ Режим доступу: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/44693/1/%D0%9F%D0%A3%D0%90%D0%B7%D0%BC-21_%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D1%8F%D0%BA_%D0%9E%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B0_original_1502_2022_123315.pdf
14. Nikolenko K., Dovzhuk V., Voropayeva T., Boiko S., Honcharuk O. Educational activities in the context of the realities of the information society: problems, prospects. Journal Wisdom Clarivate Analytics Emerging Sources Citation Index service Yerevan, 2(22), 2022, p.138-151. Web of science, Scopus.
15. Професійна підготовка магістрів фармації в університетах країн Центральної та Східної Європи: теорія і практика. Монографія. Київ : Вид-во Принт-центр Нестроевий, 2020. 442 с. Режим доступу: Довжук В.В. Режим доступу: URL
16. Рижков В. Що таке digital-трансформація? Режим доступу: URL
17. Сайт аптеки аптека911 Режим доступу: www.apteka.ua
18. СЦОТИЖНЕВИК АПТЕКА. Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/656982>
19. СЦОТИЖНЕВИК АПТЕКА. Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/678387>
20. Terrar David What is Digital Transformation? The agile elephant.com. Режим доступу: <http://www.theagileelephant.com/what-is-digital-transformation> (дата звернення: 10.09. 2019)
21. Voskoboinikova H., Dovzhuk N., Dovzhuk V., Konovalova L. Implementation of relevant pharmaceutical practices in the master training in university education of the European Union and Ukraine to improve professional adaptation of future protectors. Modern Science – Moderní věda. Index Copernicus. Praha: Nemoros, 2017. №3. С. 77–82.
22. Довжук В.В. Професійна підготовка магістрів фармації в університетах країн Центральної та Східної Європи: теорія і практика. Монографія. Київ : Вид-во Принт-центр Нестроевий, 2020. 442 с.
23. Galina Rizak, Iryna Heiko, Viktoriya Dovzhuk, Liudmyla Konovalova, Natalya Vlasenko. «Problems of Falsification of Medicinal products in the

conditions of the COVID-19 Pandemic: Adaptation of Ukrainian legislation to the norms of the European Union». *Research Journal of Pharmacy and Technology*, Vol. 16, N 7, 2023, p. 3511–3517.

Додаток А

№	Маркетуюча організація	Збільшення/зменшення продажу в гривневому вираженні, %	Evolution index	Частина на ринку, %
1	АО «Фармак» (Україна)	-14,5	91	6 5,2
2	ПрАТ Фармацевтична компанія Дарниця(Україна)	19,6	128	5 4,4
3	Асіпо (Швейцарія)	4,8	112	3,6
4	Тева (Ізраїль)	-1,6	105	5 3,4
5	Корпорація «Корпорація «Артеріум»» (Україна)	-6,2	100	5 3,1
6	KRKA (Словенія)	5,5	113	1 3,1
7	Sanofi (Франція)	-14,5	91	6 3,0
8	Київський вітамінний завод (Україна)	6,8	114	3 3,0
9	Berlin-Chemie (Німеччина)	-2,6	104	5 2,9

10	Кусум Фарм (Україна)	0,5	107	7	2,5
11	Дельта Медікел (Україна)	4,7	112	9	2,1
12	Servier (Франція)	10,9	119	6	1,9
13	Sandoz (Швейцарія)	-16,1	90	2	1,8
14	Юрія-Фарм (Україна)	-30,9	74	8	1,7
15	Група компаній «Здоров'я» (Україна)	-15,5	90	3	1,7
16	Bayer Pharmaceuticals (Німеччина)	-19	87	1	1,5
17	Abbott Products (Німеччина)	0,1	107		1,5
18	ТДВ «ІНТЕРХІМ» (Україна)	27,8	137	1	1,3
19	AstraZeneca (Великобританія)	6,8	114	5	1,2
20	Борщагівський ХФЗ (Україна)	-5,9	101		1,2

Підсумки 2022

SUMMARY

Pidtserkovna V. Impact of E-commerce on the Pharmaceutical Market in Ukraine

Qualifying thesis in the field of 226 Pharmacy, Industrial Pharmacy. – O. O. Bogomolets National Medical University, Kyiv, 2023.

This qualifying thesis conducts a systematic analysis of the influence of electronic commerce on the pharmaceutical market in Ukraine. The research encompasses an examination of the historical development and current state of the market, a study of electronic commerce concepts in the pharmaceutical context, and an evaluation of traffic volumes from various online sources in pharmaceutical commerce.

An experimental study was conducted, including an analysis of the impact of electronic commerce, a comparative analysis of different sources of commercial traffic, and their interpretation to identify potential improvements.

The results of the study reveal opportunities for the development of the pharmaceutical sector through electronic commerce and formulate recommendations for enhancing service quality and security in the electronic segment of the market.

Keywords: pharmaceutical market, e-commerce, trends, analysis, online sales, internet trade, market development, e-commerce concepts, efficiency, security, recommendations.