



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



У рамках проєкту
Національного фармацевтичного університету
«ФАРМАЦЕВТИЧНІ НАУКОВІ ШКОЛИ СЛОБОЖАНЩИНИ»
до 15-річчя наукової школи професора *Алли КОТВИЦЬКОЇ*

«СОЦІАЛЬНА ФАРМАЦІЯ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»

МАТЕРІАЛИ
Х МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

28 травня 2025 року



Харків
НФаУ
2025

Редакційна колегія: проф. А. А. Котвіцька (голова), проф. І. М. Владимірова, доц. А. В. Волкова, проф. Панфілова Г.Л., доц. Ю. В. Корж, доц. І. О. Сурікова, доц. А. А. Ноздріна, доц. Т. В. Дядюн

*Посвідчення Українського інституту науково-технічної експертизи та інформації
№ 842 від 26 грудня 2024 року*

Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи :
С 69 матер. Х Міжнар. наук.-практ. конференції (28 тр. 2025 р., м. Харків) / ред. кол.: А. А. Котвіцька та ін. – Х.: НФаУ, 2025. – 785 с.

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

Матеріали подаються мовою оригіналу.

За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори.

Редколегія не завжди поділяє погляди авторів.

представниками ЦА. Такі інтерв'ю повинні бути максимально таргетованими для збору максимальної кількості якісної інформації про споживача.

На основі проведених досліджень можна розробити карти типових споживачів.

Також, важливим етапом досліджень є бесіда з власником майбутнього бренду. Чітке розуміння власником потреб типового споживача та того, як саме його бренд допомагатиме споживачеві у житті дозволить скоригувати і його очікування також. Зазвичай, компанії, які вже давно на ринку, мають свою власну ЦА, тоді як залучення нових верств населення потребує іншого погляду на майбутній бренд та відхід від вже існуючих правил і традицій. Саме тому дослідження ЦА та створення карти типових споживачів є важливим при створенні нових брендів послуг або товарів, в т.ч. і у фармацевтичній сфері.

Отже, на основі проведених досліджень було визначено 2 основні способи дослідження цільової аудиторії: із залученням її типових представників та без них. Поєднання цих 2х підходів дозволяє максимально точно вивчити портрет потенційного споживача.

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НАЛЕЖНОЇ ПРАКТИКИ ПРОМОЦІЇ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В УКРАЇНІ

Соболевська А.Р., Сахнацька Н.М.

Національний медичний університет імені О.О. Богомольця, м. Київ, Україна
sobolevska003@icloud.com

В Україні питання належної практики промоції лікарських засобів залишається актуальним через необхідність гармонізації національного законодавства з європейськими стандартами. Сучасні виклики включають необхідність створення чітких етичних норм та механізмів контролю за рекламною діяльністю у сфері фармації, особливо з огляду на діджиталізацію фармацевтичної сфери. Імплементация належної практики промоції лікарських

засобів є важливим елементом формування довіри населення до фармацевтичної галузі, підвищення якості фармацевтичної допомоги та безпеки пацієнтів. В умовах воєнного стану в Україні особливого значення набуває забезпечення доступу до правдивої та науково обґрунтованої інформації про лікарські засоби, що вимагає суворого дотримання норм належної практики промоції.

Метою дослідження є обґрунтування перспектив впровадження належної практики промоції лікарських засобів в Україні.

У дослідженні проаналізовано нормативно-правові акти України та наукові публікації, що стосуються належної практики промоції лікарських засобів. Застосовано системний аналіз для оцінки сучасного стану регулювання промоційної діяльності у фармацевтичному секторі та контент-аналіз – для вивчення змісту ключових документів і стандартів.

7 березня 2025 року Міністерство охорони здоров'я України для громадського обговорення оприлюднило проєкт наказу «Про затвердження Настанови «Належна практика з промоції лікарських засобів». Проєкт наказу передбачає затвердження нової Настанови, яка встановлює вимоги до промоції лікарських засобів в Україні з урахуванням європейських стандартів. Документ розроблено на основі положень Директиви 2001/83/ЄС та адаптовано до українського законодавства. Передбачається, що впровадження Настанови сприятиме формуванню прозорої, етичної та обґрунтованої практики поширення інформації про лікарські засоби, підвищенню рівня обізнаності фахівців охорони здоров'я, запобіганню недобросовісним або агресивним методам просування препаратів, а також створенню умов для підвищення довіри до системи охорони здоров'я. Водночас документ не регулює питання реклами лікарських засобів у розумінні Закону України «Про рекламу», а визначає саме підходи до промоції як складової професійної взаємодії. Поширення промоційних матеріалів дозволяється виключно за наявності письмової згоди медичних працівників або фармацевтів, що забезпечує контрольований і добровільний доступ до інформації про лікарські засоби. Безкоштовне надання зразків лікарських засобів допускається лише за письмовим запитом медичного працівника, що відповідає

принципам прозорості та контролю. При цьому кількість зразків є обмеженою, а процес їх надання повинен відповідати встановленим вимогам, спрямованим на запобігання зловживанням або недобросовісному використанню препаратів. Організація спеціалізованих заходів передбачає чіткий акцент на науковому та освітньому характері, що має на меті підвищення професійної обізнаності медичних та фармацевтичних працівників. Забороняється проведення таких заходів у розважальних місцях, оскільки це може суперечити принципам професійної етики та створювати умови для неналежної промоційної діяльності.

Отже, впровадження належної практики промоції лікарських засобів в Україні є необхідним кроком для забезпечення прозорості та етичності комунікації між фармацевтичними компаніями та споживачами. Адаптація національного законодавства до європейських стандартів сприятиме формуванню високих професійних вимог до промоційної діяльності, підвищенню рівня обізнаності фахівців охорони здоров'я та захисту прав пацієнтів. Проект Настанови, запропонований Міністерством охорони здоров'я України, є важливим інструментом, який дозволить вдосконалити регулювання промоційної діяльності, підвищити якість фармацевтичної допомоги та створити умови для належного застосування лікарських засобів.

ФОРМУВАННЯ АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Суханова Н.С., Посилкіна О.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків. Україна

o.posilkina@gmail.com

Фармацевтична галузь є стратегічно важливою для національної безпеки, тому ефективне реагування на кризи та адаптація до змін є важливими завданнями. Світові тенденції також вказують на зростання ролі антикризових стратегій в управлінні фармацевтичними організаціями (ФО). Багато провідних