

## ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

*У статті розглянуто сутність, основні підходи та завдання ефективного інформаційно-комунікаційного забезпечення підприємств фармацевтичної галузі. Виділено та охарактеризовано основні технічні характеристики ефективного інформаційного забезпечення підприємства. Відмічено основні напрями і пріоритети ефективного розвитку фармацевтичної галузі України. Виділено основні чинники гальмування економічного зростання господарської діяльності підприємств фармацевтичної галузі та пріоритетні напрями і програмні завдання щодо удосконалення єдиного інформаційного середовища фармацевтичної галузі. Наголошено на важливих умовах сталого розвитку та динамічного зростання українського фармацевтичного ринку. Розглянуто методи та інструменти формування ефективного інформаційно-комунікаційного забезпечення підприємств фармацевтичної галузі. Визначено пріоритетність завдань для досягнення цілей підприємства з підвищення ефективності інформаційно-комунікаційного забезпечення, черговість і послідовність їх вирішення. Наголошено на визначенні на державному рівні механізму встановлення політичних та соціально-економічних пріоритетів інформаційно-комунікативного забезпечення з урахуванням як національних особливостей розвитку, так і міжнародних норм регулювання фармацевтичного ринку в цілому.*

**Ключові слова:** інформаційно-комунікаційне забезпечення, підприємство фармацевтичної галузі, конкурентні переваги, управління, механізм, інформаційне середовище, метод, інструмент.

**Постановка проблеми.** Кожне підприємство фармацевтичної галузі в ході своєї господарської діяльності є учасником конкурентної боротьби за споживача, за становлення міцних конкурентних позицій на ринку, а тому одним із важливих елементів його успішного функціонування є визначення його оптимального інформаційно-комунікаційного забезпечення. На сьогоднішній день великий успіх буде мати той суб'єкт господарської діяльності, та галузь, яка володіє найсучаснішими комп'ютерними технологіями.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Деякі проблеми, пов'язані з особливостями впровадження ефективного інформаційно-комунікаційного забезпечення фармацевтичних підприємств розглянуто у наукових працях вітчизняних науковців Пестуна І.В., Мнушко З.М. Н.М.Дихтярьова, Карамишева Д.В. [3, 4, 5]. та ін. У літературі, присвяченій даній проблемі, існує багато підходів до інформаційно-комунікаційного механізму управління підприємством, однак чимало питань стосовно напрямків впровадження ефективного інформаційного управління фармацевтичної галузі залишаються недостатньо дослідженими і потребують поглибленого вивчення.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми.** Еволюційні процеси розвитку фармацевтичної галузі в Україні потребують гармонізації національного законодавства з вимогами Європейського Союзу (ЄС), розробки відповідної нормативно-правової бази, що регулює фармацевтичну діяльність, створення національної лікарської політики, що визначає соціальні пріоритети у забезпеченні населення лікарськими засобами, а також впровадження на підприємствах і організаціях галузі міжнародних стандартів. Відсутність

належного досвіду у сфері інформаційно-комунікативного управління підприємств фармацевтичної галузі, складна економічна ситуація в державі, невирішеність значної кількості методологічних і прикладних проблем управління діяльністю фармацевтичних підприємств потребують проведення додаткових досліджень у цій сфері.

**Мета дослідження.** Розкриття сутності, змісту та основних підходів і завдань ефективного інформаційно-комунікаційного забезпечення підприємств фармацевтичної галузі.

**Результати досліджень.** Фармацевтична галузь України включає в себе виробництво лікарських засобів і виробів медичного призначення, оптову і роздрібну торгівлю, спеціалізоване зберігання і розподіл (дистрибуцію) за допомогою налагодженої збутової мережі (аптеки, аптечні пункти тощо). Фармацевтична галузь у розвинутих країнах належить до числа найбільш динамічних і рентабельних, але водночас виступає як особливий сегмент ринку, що регулюється державними органами влади, а також контролюється страховою медициною.

Фармацевтична галузь посідає значне місце і в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, багато в чому визначає національну і оборонну безпеку країни, відрізняється великою наукоємною і розвинутою кооперацією. Тому основним завданням створення єдиного інформаційного середовища у галузі фармації є забезпечення виробників фармацевтичної продукції, оптово-посередницьких підприємств, аптечних закладів, медичних та фармацевтичних, науково-педагогічних працівників, споживачів об'єктивною, оперативною, повною, обґрунтованою, доказовою та доступною інформацією, спрямованою на якісне медикаментозне обслуговування населення. Тому впровадження ефективного інформаційного забезпечення повинне відповідати наступним технічним вимогам, рис. 1

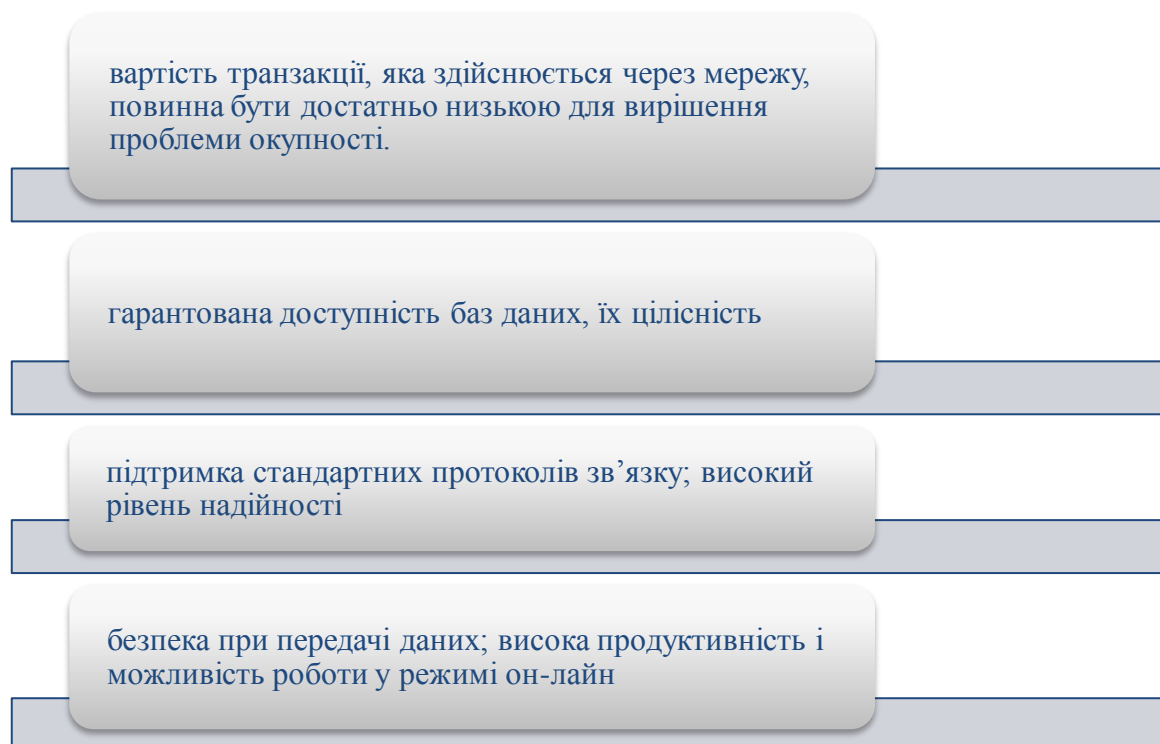


Рис. 1. Технічні характеристики ефективного інформаційного забезпечення підприємства

Необхідність визначення основних напрямів і пріоритетів ефективного розвитку фармацевтичної галузі України зумовлюється реальними політичними та соціально-економічними процесами, зокрема:

- демократизацією суспільства, інтеграцією України до ЄС та світового співтовариства;
- глобалізацією в світовій економіці;
- незадовільним станом охорони здоров'я та забезпечення населення лікарськими засобами;
- низькою соціально-економічною ефективністю використання ресурсів охорони здоров'я та фармацевтичної галузі.

За підсумками I півріччя 2016 сукупний обсяг продажів всіх категорій товарів «аптечного кошика», який включає лікарські засоби, вироби медичного призначення (ВМП), косметику і дієтичні добавки, збільшився на 27,6% в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року і склав 28,6 млрд грн. У той же час зберігається тенденція до зменшення обсягів продажів у натуральному вираженні. Обсяг проданих упаковок скоротився на 15,7% і склав 716 300 000 упаковок. У доларовому вираженні загальний обсяг продажів товарів «аптечного кошика» зменшився на 38,8% [1].

Динаміка обсягу продажів свідчить про триваючу тенденцію до збільшення обсягів продажів у гривневому вираженні і зменшенню – у натуральному і доларовому вираженні. Проте варто зазначити, що темпи зменшення обсягу аптечних продажів в упаковках значно сповільнилися. Стабілізація курсу гривні по відношенню до долара сприяла уповільненню темпів спаду і в доларовому вираженні. Ключовий вплив на зміну структури споживання вітчизняних і зарубіжних лікарських засобів надає їх вартість. За підсумками I півріччя 2017 середньозважена вартість 1 упаковки препарату зарубіжного виробництва склала 126,5 грн., У той час як для українських ліків цей показник майже в 6 разів нижче і залишає 20,4 грн. [8, с. 112].

Вищевикладене свідчить про те, що ключові макроекономічні показники країни погіршуються. Але і в таких умовах український фармринок продовжує розвиватися. Структура споживання поступово зміщується в бік вітчизняної продукції. Внаслідок чого українські виробники значно зміцнили свої позиції в рейтингу за обсягом продажів лікарських засобів в грошовому вираженні.

Стан фармацевтичного ринку України дає підстави охарактеризувати його як складну, багаторівневу динамічну систему. Серед основних факторів, що стримують його економічне зростання можна виділити наступні, рис 2.



Рис. 2. Чинники гальмування економічного зростання господарської діяльності підприємств фармацевтичної галузі

Українські фармацевтичні компанії намагаються диверсифікувати асортимент з метою задоволення потреб покупців, з кожним роком покращуючи якість і асортимент продукції, що випускається. Одним із основних факторів розвитку ринку фармацевтики є загальне зростання купівельної спроможності населення. Однак дана причина зовсім не єдина. За даними експертів, на ринку спостерігається тенденція до збільшення частки більш дорогих і, як правило, ефективніших препаратів за рахунок зниження сегмента дешевих класичних препаратів. Є також суб'єктивні причини збільшення на ринку частки дорогих препаратів: покупець, як і в інших сферах споживання, наслідує віянням моди. Часто виходить, що фактично люди платять лише за нову упаковку і бренд [4, с. 256].

Наявність сприятливих умов і ресурсів створюють передумови для формування якісного високорозвиненого, конкурентоздатного середовища для соціально економічного розвитку підприємств фармацевтичної галузі України. Зараз багато українських компаній переорієнтовуються з виробництва генериків на створення власних брендів з метою збільшення своєї частки на ринку, а також підвищення лояльності споживачів.

Об'єм виробленої продукції, тис. грн

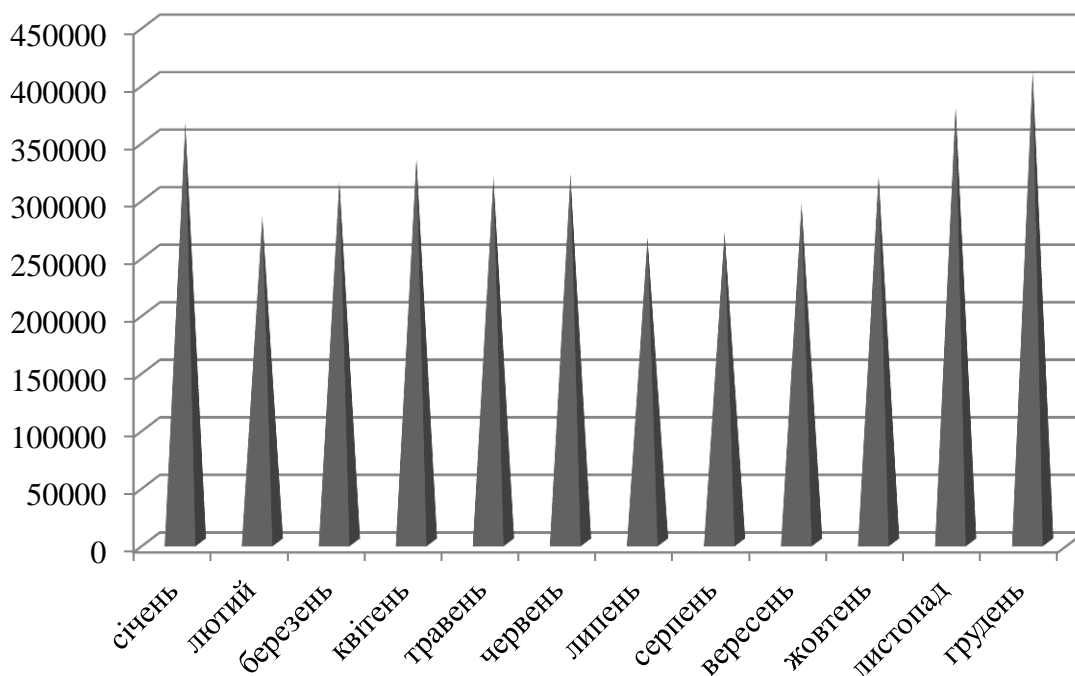


Рис. 3. Виробництво лікарських засобів протягом 2016 року, тис. грн

Щорічне зростання українського фармацевтичного ринку складає близько 20% вже упродовж кількох років. Сьогодні на ринку з зареєстрованих лікарських засобів 34% – препарати українського виробництва, решта – іноземного. У фінансовому вираженні приблизно 70% ринку займають імпортовані препарати, 30% – вітчизняні. В упаковках навпаки: українські препарати – 70%, імпортовані – 30% [1].

Експерти прогнозують, що в найближчі роки більш високими темпами буде розвиватися сегмент препаратів вартістю від 3 до 5 USD, а споживання препаратів вартістю до 1 USD помітно скоротиться. Хоча дешеві препарати також залишаться затребуваними певним прошарком населення. Крім цього, так зване госпітальне споживання медикаментів (у державних лікувальних установах) найближчим часом характеризуватиметься споживанням дешевших препаратів.

Сьогодні на лікарняні закупівлі припадає близько 16% фармацевтичного ринку України, а ще 12% ринку – на прямі державні закупівлі. Решту займає аптечний роздріб. Тут,

за даними досліджень, 55% проданих медикаментів є рецептурними препаратами, а решта 45% – безрецептурними.

Зараз близько чверті споживаних в Україні препаратів виготовляється вітчизняними виробниками, а решта – імпортується. Поточна ситуація на фармацевтичному ринку України може бути могутнім стимулом для реструктуризації галузі, посилення конкуренції і переходу на технічні стандарти ЄС. Внаслідок цього можна очікувати деякого скорочення кількості фармацевтичних підприємств України. Ті підприємства, що успішно реструктуруються і витримують жорстку конкуренцію, зможуть конкурувати на міжнародних ринках [7, с.183].

Тому для сталого розвитку та динамічного зростання українського фармацевтичного ринку важливими умовами стають консолідація, створення сильніших і більших мереж, підвищення рівня організаційного менеджменту, впровадження нових методів оптимізації процесів управління інформаційно-комунікаційною діяльністю та механізмів управління торговельними процесами фармацевтичних підприємств. Стабілізація конкурентних позицій останніх та підвищення рівня інформаційного забезпечення ринку забезпечить зміцнення кокурентних позицій на фармацевтичному ринку України.

Пріоритетні напрями та програмні завдання щодо удосконалення єдиного інформаційного середовища фармацевтичної галузі викладені у табл. 1.

Таблиця 1

**Пріоритетні напрями та програмні завдання інформаційно-комунікативного забезпечення підприємств фармацевтичної галузі**

<b>Напрямок</b>	<b>Суть напрямку</b>
Розробка електронного варіанту Фармацевтичної енциклопедії	Доступ до довідкового гіпертекстового каталогу з пошуковою системою
впровадження в аптечну практику комп'ютерної експертної системи	запобігання застосування несумісних лікарських препаратів, а також експертної системи фармацевтичного опікування
здійснення комплексу заходів для розробки національних стандартів та системи сертифікації програмного забезпечення фармацевтичних підприємств України	необхідність використання на фармацевтичних підприємствах спеціалізованих комплексів програмних продуктів, які відображають специфіку галузі
додаткове включення навчальних модулів за мережевими технологіями, а також модулів, що будуть формувати у студентів навички роботи з експертними системами	введення до навчального процесу елементів віртуального та дистанційного навчання відповідно до тенденцій розвитку педагогічних технологій
здійснення комплексу заходів щодо реклами лікарських засобів відповідно до рекомендацій ЄС та ВООЗ	удосконалення системи оперативних досліджень та інформування всіх зацікавлених учасників фармацевтичного ринку щодо призначення та використання основних лікарських засобів; рівня доступності основних лікарських засобів, ефективності діяльності управлінських та контролюючих органів, лабораторій з контролю якості лікарських засобів
формування національних довідників цін на основні лікарські засоби: для забезпечення порівняльного аналізу цін на національному фармацевтичному ринку пропагувати використання Міжнародного довідника цін на лікарські засоби, довідників про ціни на сировину для більшості основних лікарських засобів	підтримка на належному рівні прозорості та відкритості інформації про наявність на ринку неякісних чи фальсифікованих лікарських засобів
забезпечення формування національної бази даних лікарських препаратів, виробництво яких здійснюється в умовах GMP, з дослідженням біоеквівалентності	залучення засобів масової інформації та телекомунікаційних мереж до просвітницької діяльності серед населення усіх вікових категорій, медичних, фармацевтичних, педагогічних працівників і представників громадськості
забезпечення формування єдиного реєстру працівників фармацевтичної галузі	здійснення комплексу заходів для обґрунтування та забезпечення інформаційних ресурсів для фармацевтичної складової загальної національної мережі галузі охорони здоров'я України

Основним завданням створення єдиного інформаційного середовища у галузі фармації є забезпечення виробників фармацевтичної продукції, оптово-посередницьких підприємств, аптечних закладів, медичних та фармацевтичних, науково-педагогічних працівників, споживачів об'єктивною, оперативною, повною, обґрунтованою, доказовою та доступною інформацією, спрямованою на якісне медикаментозне обслуговування населення.

Таким чином, основне завдання інформаційно-комунікативного механізму – забезпечити користувача необхідною інформацією і послугами. Кінцевою метою реалізації цього механізму є досягнення таких цілей [6, с. 718]:

- збереження та зміцнення здоров'я населення шляхом забезпечення доступності до ефективних, безпечних і якісних лікарських засобів та їх раціональне використання;
- створення правових, економічних та управлінських механізмів реалізації конституційних прав громадян України на охорону здоров'я та на гарантований рівень якісного медикаментозного забезпечення населення;
- ефективне використання наявних кадрових, фінансових і матеріальних ресурсів фармацевтичної галузі.

Варто зазначити, що дослідження в області мережних комунікацій потребують державного фінансування. Проте, державне фінансування - лише невеличка частина засобів, що надходять, тому що усе більш помітною стає "коммерцизація" мережі. Люди постійно відчують нестачу інформації про заходи з профілактики захворювань, про наявність ліків в аптеках (електронні аптеки), про фахівців із різних захворювань та режим їхньої праці, постійне підвищення спеціального освітнього рівня медичного персоналу та багато іншого. Таке інформування досить просто реалізується з допомогою інтернет-технологій. Крім того, впровадження телемедицини дозволяє надавати послуги з дистанційної діагностики й лікування. На цей час універсальним технічним рішенням для побудови й експлуатації телемедичних систем безсумнівно є Інтернет. Створення персональних комп'ютерів, розвиток Інтернет й інших телекомунікаційних технологій сприяли народженню сучасної телемедицини. Щороку у світі проводиться до 75-100 тисяч телеконсультацій, 50% лікарів світу використовують Інтернет у повсякденній практиці.

Що стосується нашої країни, то тут щороку з'являються нові Інтернет-проекти, функціонують тематичні медичні каталоги, дедалі більша кількість лікарів та фармацевтів з України беруть участь у роботі професійних поштових конференцій, проводяться очні і заочні телеконсультації, створюються шпитальні інформаційні системи, електронні форми історій хвороби, гіпертекстові системи для дистанційного навчання.

Тому реалізація зазначених цілей передбачає визначення на державному рівні механізму встановлення політичних та соціально-економічних пріоритетів інформаційно-комунікативного забезпечення з урахуванням як національних особливостей розвитку, так і міжнародних норм регулювання фармацевтичного ринку в цілому.

**Висновки.** Основною макроекономічною метою наступних років, яку українські фармацевтичні компанії ставлять перед собою, є зростання співпраці українських виробників фармацевтичної продукції з виробниками аналогічної продукції країн ЄС. Співпраця може здійснюватися у вигляді спільних підприємств, альянсів, спільного маркетингу і просування продукції, перенесення безрецептурних препаратів до України. Основною мотивацією цього перенесення буде не проникнення на ринок України, а експорт на ринки Західної, Центральної і Східної Європи. Експортна мотивація транснаціональних корпорацій при налагоджуванні виробництва на території України збереже наукову базу, яку необхідно реструктурувати відповідно до нових тенденцій ринку.

Збереження наукової бази, створення розвинутих і спеціалізованих детермінантів конкурентної переваги держави, а також залучення іноземних інвестицій для розвитку фармацевтичної галузі – все це створює довгострокову основу для конкурентної переваги і сприяє переорієнтації експорту українських виробників з ринків країн з перехідною економікою до країн Західної, Центральної і Східної Європи, посиленню їх конкурентоспроможності.

Крім того, гармонізація основних технічних вимог з вимогами Європейського Союзу може одночасно служити заходом із захисту українського виробника фармацевтичної продукції від конкуренції з низькоякісною фармацевтичною продукцією.

Даний механізм інформаційно-комунікативного забезпечення фармацевтичного підприємства значною мірою впливає на формування і використання виробничих ресурсів, забезпечуючи вдосконалення технології і техніки виробництва, розробку, освоєння і впровадження нововведень, інтенсифікацію і підвищення ефективності виробництва та закріплення підприємством стійкого конкурентного положення як на національному так і на міжнародному ринках.

### Список використаної літератури

1. Аптечный рынок Украины по итогам I полугодия 2016 г.: Helicopter View. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/339254>.
2. Грошовик Б.П., Гасюк Г.Д., Левицька О.Р. Фармацевтичний маркетинг: теоретичні та прикладні засади. - Вінниця, 2004.
3. Карамішев Д.В., Леонова Ю.О. Державне регулювання інвестиційних процесів у фармацевтичній галузі України // Електронне наукове фахове видання «Державне будівництво». Харків – 2009. – № 9.
4. Міжнародний маркетинг у фармації: монографія /З.М. Мнушко, Н.В. Чмихало, Н.М. Мусієнко та ін - Х., - 2006.
5. Мнушко З.М. Менеджмент та маркетинг у фармації: Менеджмент у фармації: Підручник для студентів вузів / З.М.Мнушко, Н.М.Дихтярьова; під ред. З.М.Мнушко. – Х.: Вид-во НФаУ «Золоті сторінки», 2009. – 448 с.
6. Пестун І.В. Напрямки удосконалення Національної лікарської політики в Україні за індикаторами її оцінки ВООЗ // Збірник наукових праць співробітників КМАПО ім. П.Л.Шупика. – К., 2009. – С. 717-723.
7. Соловійов О.С. Стан та перспективи розвитку фармації України / О. С. Соловійов // Сьогодення та майбутнє фармації: тез. доп. Всеукр. конгр., 16-19 квіт. 2008 р., Харків / Редкол: В.П. Черних, І.С. Гриценко, С.М. Коваленко та ін. - Х., - 2008.
8. Статистичний щорічник України за 2016 рік /Держкомстат України. – К.: Техніка 2015. - 125 с.
9. Чорноротов О. Фармацевтичний ринок України / О. Чорноротов // Інтернет-ресурс: <http://www.credit-rating.ua>.

**Згурская Оксана Михайловна. Информационно-коммуникационного обеспечение предприятий фармацевтической отрасли.** В статье рассмотрены сущность, основные подходы и задачи эффективного информационно-коммуникационного обеспечения предприятий фармацевтической отрасли. Выделены и охарактеризованы основные технические характеристики эффективного информационного обеспечения предприятия. Отмечено основные направления и приоритеты эффективного развития фармацевтической отрасли Украины. Выделены основные факторы задержки экономического роста хозяйственной деятельности предприятий фармацевтической отрасли и приоритетные направления и программные задачи по совершенствованию единой информационной среды фармацевтической отрасли. Отмечены ключевые условия устойчивого развития и динамичного роста украинского фармацевтического рынка. Рассмотрены методы и инструменты формирования эффективного информационно-коммуникационного обеспечения предприятий фармацевтической отрасли. Определена приоритетность задач для достижения целей предприятия по повышению эффективности информационно-коммуникационного обеспечения, очередность и последовательность их решения. Отмечено определение на государственном уровне механизма установления политических и социально-

экономических информационно-коммуникативного обеспечения с учетом как национальных особенностей развития, так и международных норм регулирования фармацевтического рынка в целом.

**Ключевые слова:** информационно-коммуникационное обеспечение, предприятие фармацевтической отрасли, конкурентные преимущества, управление, механизм, информационная среда, метод, инструмент.

**Zghurska Oksana. Information and communication support of the pharmaceutical industry enterprises.** *In the article the essence, basic approaches and tasks of effective information and communication support of the pharmaceutical industry enterprises are considered. The main technical characteristics of the effective information support of the enterprise are defined and characterized. The main directions and priorities of the effective development of the pharmaceutical industry in Ukraine are noted. The main factors of slowdown of economic growth of the economic activity of the pharmaceutical industry enterprises and priority directions and program tasks for improving the unified information environment of the pharmaceutical industry are identified. Important conditions for sustainable development and dynamic growth of the Ukrainian pharmaceutical market are noted. The methods and tools for the formation of effective information and communication support for the pharmaceutical industry enterprises are considered. Priority of tasks is determined for achieving the enterprises' goals for increasing the efficiency of information and communication support, the order and sequence of their solution. The emphasis is placed on the definition at the state level of a mechanism for establishing political and socio-economic priorities for information and communication support, taking into account both national development features and international regulatory standards for the pharmaceutical market as a whole.*

**Keywords:** information and communication support, enterprise of the pharmaceutical industry, competitive advantages, management, mechanism, information environment, method, tool.