

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки та
менеджменту

**УПРАВЛІНСЬКІ ПАРАДИГМИ СТАЛОГО
РОЗВИТКУ ТА ІНКЛЮЗИВНОГО
ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

**MANAGEMENT PARADIGMS OF SUSTAINABLE
DEVELOPMENT AND INCLUSIVE ECONOMIC GROWTH**

Матеріали

**Міжнародної науково-практичної конференції
(Україна, Суми, 29-30 листопада 2023 р.)**

Суми
Сумський державний університет
2023

УДК 005.8:502.131.1(063)

E45

*Рекомендовано вченою радою
навчально-наукового інституту бізнесу, економіки та менеджменту
(протокол № 4 від «08» грудня 2023 р.)*

E45 Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання» / за заг. ред.: І. І. Рекуненка, В. В. Сулим. Суми : Сумський державний університет, 2023. – 404 с.

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Управлінські парадигми сталого розвитку та інклюзивного економічного зростання» містять результати наукових досліджень, пов'язаних з актуальними проблемами науки і практики управління та застосуванням інклюзивного підходу до їх вирішення для досягнення цілей сталого розвитку.

Для науковців, аспірантів, студентів, представників органів державної влади та місцевого самоврядування, науково-дослідних і проектних організацій, комерційних фірм і вищих навчальних закладів та широкого кола читачів.

The materials of the International scientific and practical conference "Management paradigms of sustainable development and inclusive economic growth" provide the results of scientific research related to the current problems of management science and practice and the application of an inclusive approach to their solution in order to achieve the goals of sustainable development.

For scientists, PhD students, students, representatives of state authorities and local self-government bodies, research and project organizations, commercial companies and higher education institutions and a wide range of readers.

УДК 005.8:502.131.1(063)

© Колектив авторів, 2023

© Сумський державний університет, 2023

ЗМІСТ

<i>Софія Молочко</i>	Особливості застосування технологічних	
<i>Інга Мірошинченко</i>	Інновацій у туристичному бізнесі	11
<i>Інна Балагуровська</i>	Гуманістичне лідерство для досягнення цілей сталого розвитку	13
<i>Бондар Ю.А.</i>	Шляхи та методи підвищення	
<i>Дар'я Новак</i>	конкурентоспроможності в готельному бізнесі	16
<i>Марина Шевчун</i>	Особливості інноваційного розвитку роздрібної	
<i>Алла Безус</i>	торгівлі в Україні	20
<i>Оксана Яковлева</i>	Цифрова безпека в контексті надання електронних послуг на місцевому рівні	22
<i>Ірина Федулова</i>	Розвиток цифрової економіки в Україні	24
<i>Іван Макарчук</i>		
<i>Anastasiia Krasnonos</i>	Management of organizations for sustainable	
<i>Anastasiia Niesheva</i>	development: challenges and opportunities	28
<i>Варакін Дмитро</i>	Формування і управління бізнес-процесами в іт- компаніях: стратегічний підхід та метрики ефективності	31
<i>Yuliia Hrytsai</i>	Communication features in technical support during	
<i>Svitlana Tarasenko</i>	the sale of medical equipment	33
<i>Дмитро Клиновий</i>	Природні активи у територіальній економіці.....	36
<i>Ірина Петровська</i>		
<i>Валентина Самодай</i>	Впровадження концепції менеджменту якості	
<i>Юлія Яценко</i>	(TQM).....	39
<i>Валентина Самодай</i>	Оптимізація ефективного функціонування системи	
<i>Іслам Лисий</i>	управління якості на підприємстві	41
<i>Владислав Загорко</i>	Особливості використання інструментів управління	
<i>Валентина Самодай</i>	якістю	44
<i>Костянтин Циганок</i>	Недостовірна класифікація товарів за УКТ ЗЕД та її	
<i>Тетяна Чорна</i>	наслідки	47
<i>Андрій Лизогуб</i>	Основні напрями розвитку системи публічного управління та адміністрування	50
<i>Юлія Матвєєва</i>	Вплив фінансових інструментів на процеси	
<i>Галина Сурмай</i>	перетворення відходів в енергію	53
<i>Дем'яненко Н. В.</i>	Особливості підприємницької діяльності як	
<i>Іван Штик</i>	складного й багатопланового процесу	57
<i>Вікторія Кудря</i>		
<i>Алла Світлична</i>	Розвиток фрілансу як широко розповсюдженої	
<i>Владислав Передера</i>	форми самостійної зайнятості	61
<i>Ханлар Махмудов</i>	Брендинг як персоніфікація продукту бізнесу	65
<i>Віктор Кривошея</i>		
<i>Владислав Шамрай</i>		

<i>В'ячеслав Бурименко</i>	Механізм управління інноваційними процесами торговельного підприємства	69
<i>Яна Кобушко</i>	Удосконалення процесу рекрутингу на виробничих підприємствах України	71
<i>Тетяна Голик</i>	Public health as an aspect of modern urban public policy	74
<i>Oleksii Demikhov</i>		
<i>Sirle Salmistu</i>		
<i>Nadiia Demikhova</i>		
<i>Дар'я Гапієнко</i>	Актуальні теорії мотивації у системі стимулювання праці персоналу	77
<i>Посилкіна О.В.</i>	Впровадження моделі економічного управління в закладах охорони здоров'я в умовах їх переходу на нові умови господарювання	79
<i>Бушуєва В.Ю.</i>		
<i>Інна Бондарчук</i>	Економіко-правовий механізм природокористування.....	83
<i>Вікторія Дехтярчук</i>		
<i>Світлана Капран</i>		
<i>Тетяна Гусаковська</i>	Особливості управління кар'єрним зростанням персоналу організації в сучасних умовах	87
<i>Марина Малець</i>	Вплив митної політики на зовнішньоекономічну діяльність підприємств України	89
<i>Олена Костюнік</i>		
<i>Вікторія Сухоцька</i>	Менеджмент персоналу в банківській установі	91
<i>Наталія Стоянець</i>		
<i>Андрій Дудченко</i>		
<i>Наталія Стоянець</i>	Управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства	93
<i>Віталій Андріяшев</i>		
<i>Наталія Стоянець</i>	Менеджмент інноваційної діяльності аграрного підприємства	95
<i>Микола Придуха</i>		
<i>Наталія Стоянець</i>	Менеджмент підприємств будівельної галузі	97
<i>Сергій Чугай</i>		
<i>Юлія Матвєєва</i>	Особливості промоції зелених енергетичних інновацій у світовій практиці	99
<i>Вадим Желіба</i>		
<i>Людмила Борян</i>	Виклики та завдання сучасного менеджменту	103
<i>Анна Гаман</i>		
<i>Віталій Баранов</i>	Управління трудовими ресурсами організації на основі використання технологій штучного інтелекту	105
<i>Анна Назаренко</i>		
<i>Вікторія Борщ</i>	«Запас» людського капіталу в галузі охорони здоров'я: дефініція та вимір	109
<i>Михайло Данилко</i>		
<i>Ірина Цілюрик</i>	Управління ресурсним потенціалом підприємства...	115

<i>Олексій Жмаєв</i>	Методи подолання опору у процесі запровадження	
<i>Ія Дегтярєва</i>	електронного документообігу	117
<i>Юрій Рагозін</i>	Підходи та методи оцінювання ефективності	
<i>Ія Дегтярєва</i>	діяльності будівельної організації	120
<i>Юрій Лихвар</i>	Підходи до формування організаційної структури	
<i>Ія Дегтярєва</i>	будівельної компанії	126
<i>Nataliya Stoyanets</i>	Improving the effectiveness of existing management	
<i>WU Yiyang</i>	methods of the organization	129
<i>Nataliya Stoyanets</i>	International cooperation and European integration:	
<i>Fu Baoer</i>	innovative dimension	132
<i>Роман Мірошник</i>	Перспективи розвитку малого та середнього	
<i>Соломія Кушпір</i>	бізнесу в умовах воєнного стану в Україні	135
<i>Валентина Ізбаиш</i>	Інтеграція принципів екологічного менеджменту в	
<i>Віктор Кушнірук</i>	економічні стратегії підприємств для сталого	
	розвитку	137
<i>Олександр</i>	Вплив вертикальної диверсифікації на	
<i>Старовойтов</i>	резильєнтність підприємства електронної комерції..	141
<i>Леся Рибалко-Рак</i>	Методи дослідження якості послуг при прийнятті	
<i>Софія Білецька</i>	управлінських рішень на підприємстві	143
<i>Денис Грунін</i>		
<i>Михайло Коломієць</i>	Деякі аспекти управлінської діяльності на	
<i>Олена Хачатурян</i>	підприємстві	145
<i>Роман Мигалюк</i>	Забезпечення особистісного і професійного	
<i>Ія Дегтярєва</i>	розвитку членів команд як чинник успішності	
	компанії	147
<i>Павло Панченко</i>	Друге життя старої електротехніки	151
<i>Гіржева Ольга</i>	Організація зв'язків з громадськістю: роль у	
	формуванні іміджу підприємств та сучасні	
	тенденції розвитку.....	154
<i>Довгенко Я. О.</i>	Сучасна система управління результативністю	
<i>Токарев Б. Р.</i>	підприємства	156
<i>Ірина Тернова</i>	Особливості прийняття управлінських рішень топ-	
<i>Дмитро Безбородий</i>	менеджерами в умовах економічної нестабільності	162
<i>Ліна Стороженко</i>	Демократія участі: сучасні виклики.....	166
<i>Mariya Sira</i>	Aligning management with ai: advancing sustainable	
	development	168
<i>Юлія Матвєєва</i>	Реалізація енергоефективних проєктів у міському	
<i>Михайло Смик</i>	благоустрої	171

<i>Mayboroda Tetiana</i>	Analysis of the current state of development of	
<i>Vertsiuk Illia</i>	advertising projects on the meat market in ukraine	175
<i>Вадим Лук'янихін</i>	Формування інвестиційної привабливості	
<i>Микола Личак</i>	зовнішньо-економічних проєктів	178
<i>Яна Довгенко</i>	Особливості ризик – менеджменту страхових	
<i>Людмила Яременко</i>	компаній України	180
<i>Тетяна Козарь</i>	Організація професійного навчання з підвищення	
	кваліфікації державних службовців в Україні	184
<i>Вадим Лук'янихін</i>	Організаційно-структурні перетворення у системі	
<i>Костянтин</i>	адміністративного менеджменту приватного	
<i>Паржсин</i>	медичного закладу тов «САНА – МЕД».....	187
<i>Вадим Лук'янихін</i>	Якість надання адміністративних послуг на	
<i>Вікторія Козак</i>	регіональному і місцевому рівнях в Україні	191
<i>Андрій Андрєєв</i>	Ефективне управління персоналом в умовах	
	непередбачуваних змін та нестабільності	195
<i>Ірина Новік</i>	Комерційна таємниця як одна зі складових успіху	
<i>Ірина Андрощук</i>	економічної безпеки бізнесу	197
<i>Вадим Лук'янихін</i>	Теоретичні основи управління персоналом в	
<i>Віктор Садовничий</i>	організації: дефініції, класифікація та роль	200
<i>Олександра Кужур</i>	Теоретичні основи взаємодії з клієнтами у бізнес-	
<i>Ігор Хоменко</i>	середовищі	204
<i>Олена Лук'янихіна</i>	Вдосконалення системи управління митними	
<i>Олександр Бондар</i>	ризиками в процесі європейської інтеграції України	208
<i>Костянтин</i>	Особливості надання освітніх послуг в умовах	
<i>Гриценко</i>	діджиталізації суспільства та освіти.....	212
<i>Олександр</i>		
<i>Островський</i>		
<i>Katarzyna</i>	Cognitive technologies for SMART CITY	215
<i>Postrzednik-Lotko</i>		
<i>Людмила Гусарчук</i>	Інноваційні принципи успішного менеджменту в	
	галузі водневої енергетики, як пріоритетна	
	складова концепту національної безпеки України...	217
<i>Андрій Коваленко</i>	Феномен резильєнтності в контексті цілей сталого	
<i>Оксана Сакаль</i>	розвитку.....	221
<i>Ihor Vakulenko</i>	Scaling up energy innovations in Ukraine in the	
<i>Svitlana Medvid</i>	context of war and beyond	224
<i>Меженська В.О.</i>	Науково-практичні підходи до формування і	
<i>Посилкіна О.В.</i>	управління корпоративною культурою у закладі	
	охорони здоров'я	226

<i>Вікторія Мартинець</i>	Впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності в контексті цілей сталого розвитку.....	229
<i>Едуард Богдан</i>	Проектний менеджмент як основа розвитку будівельної галузі	231
<i>Антон Золотарьов</i>	Особливості управління сучасними вищими навчальними закладами	233
<i>Юлія Матвеева</i>		
<i>Катерина Загоруйко</i>		
<i>Світлана Рибальченко</i>		
<i>Iuliia Myroshnychenko</i>	Beyond direct impacts: using system dynamics to capture the consequences of the clean energy transition	235
<i>Катерина Мальцева</i>	Самоорганізація населення в системі місцевого самоврядування	239
<i>Юрії Бакал</i>	Використання методу сценаріїв при оцінці ризиків господарської діяльності закладу охорони здоров'я	241
<i>Яна Деренська</i>	The essence and concept of production organization.	
<i>Anastasiia Karepina</i>	system approach to the organization of production	243
<i>Anastasiia Niesheva</i>	Crafting a positive public image: strategic approaches to managing the perception of employees in local self-government bodies.....	246
<i>Nelya Verbitska</i>		
<i>Svitlana Rybalchenko</i>		
<i>Софія Журило</i>	Антикризове управління на підприємстві і методи запобігання кризи	248
<i>Анастасія Маркіна</i>	Роль формування партнерських відносин у місцевому економічному розвитку	252
<i>Марина Волосюк</i>	Розробка стратегії економічного відновлення та розвитку Сумщини	255
<i>Тарас Савченко</i>		
<i>Світлана Ткачова</i>	Удосконалення стратегічного планування розвитку регіонів України.....	259
<i>Катерина Борисова</i>		
<i>Алекс Нусейр</i>	Особливості менеджменту персоналу медичних закладів в умовах воєнного стану та кадрових обмежень	262
<i>Kamilė Medeckytė-Žydelė</i>	An investigation into the development of an environmental management accounting system tailored for companies providing intellectual	
<i>Andželika Nariūnaitė</i>	services.....	265
<i>Katažyna Basiulis</i>		
<i>Олександр Павлов</i>	Комплементарна управлінська парадигма інклюзивного розвитку об'єднаних територіальних громад та районів України	269

<i>Вуйченко М.А.</i> <i>Яроміч М.М.</i>	Роль управління соціальним розвитком персоналу підприємств в формуванні трудового потенціалу країни	274
<i>Ольга Давидюк-Потужна</i> <i>Олена Павленко</i>	Принципи організації первинної медичної допомоги	277
<i>Олександр Бондар</i> <i>Віктор Виноградчий</i>	Ефективність міжнародної співпраці в управлінні митними ризиками	279
<i>Максим Алексєєв</i> <i>Микола Небава</i> <i>Марія Бойко</i>	Роль цифрових технологій в оптимізації логістичних процесів у фармацевтиці	282
	Методи аналізу маркетингової діяльності на підприємстві: ключ до успіху у сучасному бізнесі.....	284
<i>Катерина Пасько</i> <i>Георг Рекуненко</i>	Управління персоналом в органах державної влади.....	289
<i>Олександр Сухой</i> <i>Ія Десятьова</i>	Ключові функції для формування ефективної корпоративної культури в ІТ компаніях в Україні... ..	291
<i>Тетяна Жолуденко</i> <i>Корж М. В.</i>	Обмеження та можливості впровадження інновацій до комплексу маркетингу на фармацевтичному ринку	294
<i>Ольга Євтушенко</i>	STAY-інтерв'ю як інструмент підтримки та зміцнення команди.....	298
<i>Izabela Marszalek-Kotzur</i> <i>Юлія Дзюбан</i>	Artificial intelligence and organizational management.. ..	300
	Особливості антикризового менеджменту в умовах війни	303
<i>Бобонець Є.С.</i> <i>Ольга Гіржева</i> <i>Ольга Ігнатенко</i>	Теоретичні аспекти у сфері публічного адміністрування	305
	Особливості управління товарною лінійкою компанії та ренеймінгу портфелю продуктів в сучасних умовах.....	308
<i>Вячеслав Мельник</i> <i>Ія Десятьова</i>	Підходи до забезпечення працевлаштування осіб без досвіду роботи, в іт-компанії в умовах кризової ситуації на ринку ІТ	311
<i>Ірина Тернова</i> <i>Аліна Маліновська</i> <i>Світлана Бабич</i> <i>Дмитро Ілясов</i>	Інформаційне забезпечення процесів управління в органах державної влади.....	315
	Формування системи стратегічного управління на основі інформаційної бази даних організації	323

<i>Світлана Бабич</i>	Формування та реалізації стратегічного управління	
<i>Андрій Крайній</i>	розвитком підприємства в умовах цифровізації.....	326
<i>Світлана Бабич</i>	Організаційна структура в системі управління	
<i>Марія Завада</i>	сучасним підприємством	329
<i>Єлизавета Кічігіна</i>	Формування стратегії розвитку іміджу закладів освіти.....	332
<i>Карина Юзефович</i>	Використання штучного інтелекту для оптимізації управлінських процесів	335
<i>Tetyana Mayboroda</i>	Common challenges encountered by emerging	
<i>Daniela Chumakova</i>	organizations	338
<i>Володимир</i>	Пріоритети системи управління інноваційним	
<i>Ціпуринда</i>	розвитком підприємства	341
<i>Олексій Деміхов</i>	Дослідження сучасної політики управління	
<i>Артем Барикін</i>	соціальним розвитком в Польщі (м. Познань) та можливості застосування її підходів в Україні.....	345
<i>Марія Мінченко</i>	Збутова політика підприємства: практичні аспекти	
<i>Тетяна Болотна</i>	використання соціальних мереж	349
<i>Тетяна Майборода</i>	Проектний підхід в управлінні територіальними	
<i>Тимур Саченко</i>	громадами базуючись на методологіях Р2М та РМ..	352
<i>Віталій Нестерук</i>	Актуальність дистанційних та гібридних моделей управління організаціями в контексті інформаційних технологій	355
<i>Вероніка Приходько</i>	Використання сучасних технологій в управлінні персоналом молочних підприємств	358
<i>Руслан Мугутдінов</i>	Особливості управління проектами в сфері	
<i>Денис Смоленніков</i>	інтелектуальних розваг: вітчизняний та місцевий досвід	363
<i>Юлія Опанасюк</i>	Управління інвестиційною привабливістю	
<i>Сергій Кашка</i>	підприємств водопостачання при повоєнному відновленні.....	365
<i>Катерина Кравцова</i>	Роль публічного управління та адміністрування у підвищенні системи мотивації викладацького складу у закладах вищої освіти.....	368
<i>Олена Заворотна</i>	Розробка заходів щодо удосконалення надання амбулаторно-поліклінічної допомоги населенню...	372
<i>Супрун Богдана</i>	Удосконалення системи мотивації та оплати праці на підприємствах	374

<i>Тетяна Бондар</i>	Особливості планування міжнародного проекту.....	376
<i>Владислав Тимошенко</i>		
<i>Тетяна Майборода</i>	Новели законодавства щодо спрощення процедури надання адміністративних послуг	379
<i>Анастасія Пушкарь</i>	Соціальні інновації в Україні: виклики та перспективи.....	381
<i>Вікторія Сулим</i>	Особливості системи менеджменту підприємства медичної галузі (на прикладі комунального некомерційного підприємства «Новгород-Сіверська центральна міська лікарня» імені І. В. Буяльського).....	384
<i>Арсен Мяус</i>		
<i>Катерина Логінова</i>	Теоретичний аспект формування системи управління фінансово-економічною безпекою	386
<i>Ольга Шульга</i>	Реалізація корпоративної соціальної відповідальності в Україні	389
<i>Ірина Музира</i>	Удосконалення системи управління підприємством у сфері оптової торгівлі твердим, рідким, газоподібним паливом (на прикладі ТОВ «ПЕТРОЛ ІЮКРЕЙН»).....	392
<i>Світлана Тодорова</i>	Значення комунікативних якостей сучасного керівника.....	394
<i>Ольга Дромашко</i>	Підготовка викладачів до екологічної грамотності: подолання прогалин в екологічній освіті.....	397
<i>Яна Півоварова</i>	Управління прибутком туристичних компаній в умовах сезонності	399
<i>Бондар Ю.А.</i>		
<i>Liudmyla Saher</i>	Assessment approaches of inclusive growth	402

ОБМЕЖЕННЯ ТА МОЖЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ ДО КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ

*Жолуденко Тетяна Ігорівна,
аспірантка кафедри міжнародних економічних відносин,
Київський Національний торговельно-економічний університет
Науковий керівник: Корж М. В.*

Сталий розвиток важко уявити без впровадження інновацій у всіх сферах діяльності підприємства, зокрема і в сфері маркетингу. В даній доповіді розглянемо можливості та обмеження щодо впровадження інновацій у комплекс маркетингу на фармацевтичному ринку.

Ф. Котлер комплексом маркетингу (маркетинг-мікс) називав набір змінних чинників маркетингу, які піддаються контролю, сукупність яких фірма використовує для досягнення власних цілей на визначеному ринку. Основними елементами комплексу маркетингу він окреслив продукт, ціну, методи продажу (розповсюдження) та просування продукту [1, с. 405]. Розглянемо можливості впровадження інновацій у кожен з елементів комплексу маркетингу.

Особливості такого продукту як лікарські засоби накладають свій відбиток на весь комплекс маркетингу фармацевтичних виробників як в Україні, так і в світі. Згідно з законом України «Про лікарські засоби» [2] провадження господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів є ліцензованою діяльністю, а отже, це жорстко визначає можливі канали реалізації такої продукції. Тільки ліцензовані фармацевтичні дистриб'ютори можуть забезпечувати логістику та оптові продажі, а ліцензовані аптеки бути точками реалізації лікарських засобів кінцевому споживачу. Впровадження інновацій у такому елементі маркетингового комплексу як місце реалізації – це можливість використання інтернет-торгівлі.

Можливості інтернет-торгівлі натикаються на законодавчі обмеження саме стосовно торгівлі препаратами, оскільки роздрібну реалізацію ліків може здійснювати тільки ліцензована аптека. Отже, наразі можливості інтернет-торгівлі можуть бути використані для попереднього обрання та замовлення лікарських засобів з наступним придбанням в ліцензованій державою аптеці. Разом з тим для компаній-виробників доцільно співпрацювати з аптечними мережами та так званими сайтами прайс-агрегаторами, які можуть в інтегрованому вигляді надавати споживачеві інформацію про доступність препарату і ціну на нього в найближчих аптеках, формувати та оптимізувати споживачьку корзину з кількох препаратів за

різними критеріями зручності для споживача: наприклад, близькість до аптеки, де наявні всі необхідні лікарські засоби чи мінімізація вартості корзини препаратів. Доцільність створення власних інтернет-магазинів для торгівлі власними лікарськими засобами для виробника наразі сумнівна (навіть за умови отримання ліцензії та дотримання всіх вимог законодавства), оскільки власний асортимент ліків одного виробника, як правило, не покриває всі категорії лікарських засобів.

Також підприємства фармацевтичного ринку мають особливий підхід до формування комплексу маркетингу зокрема через законодавчі обмеження в сфері реклами лікарських засобів. Згідно з законом України «Про рекламу» [3] забороняється реклама лікарських засобів, які вживаються та розповсюджуються тільки за приписом (рецептом) лікаря.

Отже, фармацевтичні виробники є обмеженими щодо формування маркетингового комплексу для препаратів, які відпускаються тільки за рецептом. Для такої категорії ліків припустимо просування тільки через ключових стейкхолдерів ринку охорони здоров'я – лікарів та фармацевтів. Інноваційний маркетинг-комплекс для просування рецептурних ліків не може включати рекламу, але може включати всі види персональної комунікації зі спеціалістами охорони здоров'я, в тому числі і інноваційними каналами. Така пропозиція ґрунтується на визначенні реклами та споживачів реклами в законі.

Реклама (згідно з Законом України «Про рекламу» [3]) – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Споживачі реклами – невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама. Таким чином, комунікація з визначеними особами, чії персональні дані нам відомі, не є рекламою і є дозволеними. Саме тому фармацевтичні компанії традиційно використовують такий канал просування як медичні та фармацевтичні представники, які наносять візити лікарям та в аптеки і розповсюджують інформацію про препарати компаній серед спеціалістів охорони здоров'я.

Використання такого каналу в еру цифрової трансформації є досить коштовним (утримання одного працівника може коштувати близько 1 млн. грн. на рік), тому доцільним є розглянути використання інноваційних каналів комунікації, таких як телефонні дзвінки, смс-повідомлення, месенджери (наприклад, Вайбер – найпопулярніший месенджер в Україні), інформаційні канали в месенджерах (наприклад, Телеграмі) та чат-боти. Наприклад, середньостатистичний медичний представник може здійснити від восьми до чотирнадцяти візитів до лікаря протягом дня. При цьому той самий медичний представник може виконати від тридцяти до п'ятдесяти телефонних дзвінків

протягом того ж робочого дня, що знижує вартість контакту в три-п'ять разів та підвищує можливості охоплення бази лікарів. При цьому практичне використання інноваційних каналів є поки досить обмеженим навіть у компаній-лідерів за спогадами про промоцію серед спеціалістів охорони здоров'я (за даними Proxima Research International, за 3 квартал 2023 року, наведеними в таблиці нижче).

Таблиця 1 - Доля каналів промоції в комплексі маркетингу топ-5 та сумарно решти фармацевтичних компаній України в 3 кварталі 2023 року за даними Proxima Research International [4].

Маркетуюча організація	Промоції через дзвінки ...	Візити МП	Заходи/ Конференції	Реклама у спец. пресі	Віддалена комунікація	ТВ-реклама/Відеоряд	Поштові розсилки	Електронна розсилка	Реклама/Інформація в Інте...
Тева (Ізраїль)	12,9%	11,4%	2,8%	3,6%	52,5%	2,4%	1,5%	8,4%	4,6%
MSD (США)	32,6%	16,3%	17,4%	7,5%	11,0%	2,4%	0,4%	5,3%	7,1%
Фармліга (Литва)	11,5%	49,7%	11,4%	4,2%	16,6%	0,2%	0,3%	3,1%	3,1%
Асіно (Швейцарія)	4,3%	48,2%	13,2%	13,4%	7,6%	6,0%	0,2%	2,9%	4,4%
Юрія-Фарм ТОВ (Україна, Київ)	4,7%	26,5%	12,0%	4,6%	34,5%	0,7%	0,5%	12,2%	4,2%
Другие	5,6%	43,5%	11,8%	8,1%	14,9%	5,3%	0,2%	4,9%	5,8%

Доля традиційних візитів медичних представників наближається до 50% відсотків у двох з топ-5 лідерів ринку з просування, а такі канали як віддалена комунікація, промоція через телефонні дзвінки, електронні розсилки та реклама/інформація в інтернет істотно поступаються традиційній комунікації.

Важливою властивістю дистанційних каналів чи методів комунікації, таких як телефонні дзвінки чи будь-які розсилки є відсутність географічних обмежень для покриття цільової аудиторії. На відміну від традиційного візиту медичного представника, який він здатен здійснити тільки в межах міста поточного перебування. За рахунок використання інноваційних каналів комунікації фармацевтичні виробники можуть збільшити охоплення власних цільових аудиторій в кілька разів.

Також інноваційні канали комунікації дозволяють збільшити частоту контакту з цільовою аудиторією за рахунок нижчої вартості одного контакту. Використання розсилок в комбінації з телефонними дзвінками дозволяє подвоїти частоту контакту від типової для медичного представника (один-два рази на місяць).

Разом з перевагами і можливостями зазначеними вище, інноваційні канали необхідно тестувати на релевантність для донесення різного типу повідомлень. Також подальшого дослідження вимагає ємність кожного з

каналів, оскільки спеціалісти охорони здоров'я, як і будь-які споживачі здатні сприймати обмежену кількість повідомлень кожним із каналів. Додаткового вивчення вимагає допустима частота контакту з цільовою аудиторією по кожному з інноваційних каналів, а також схильність різних сегментів цільової аудиторії спеціалістів охорони здоров'я до використання тих чи інших інноваційних каналів комунікації. Вивчення цих питань доцільно проводити на результатах практичного застосування каналів. Можливе використання опитувань для визначення уподобань, пріоритетів та очікувань спеціалістів охорони здоров'я.

Разом з тим, треба зважати на особливості методів опитування і можливі викривлення в розумінні термінології, схильність надавати соціально бажані відповіді та інші обмеження досліджень. Вивчення поведінки пропонуємо проводити на спостереженнях та аналізі реальних дій та реакцій цільової аудиторії на застосування інноваційних каналів комунікації в комплексі маркетингу – для отримання більш точних результатів.

Таким чином, навіть з урахуванням існуючих законодавчих обмежень рекомендуємо впроваджувати інновації в комплекс маркетингу фармацевтичних виробників для підвищення клієнтоорієнтованості, зокрема в аспекті продажу лікарських засобів, а також для більш ефективного охоплення цільової аудиторії, в тому числі, зниження ціни контакту, збільшення географічного охоплення, підвищення частоти контакту з цільовою аудиторією.

Також необхідне подальше дослідження ефектів від застосування інновацій у комплекс маркетингу на фармацевтичному ринку – за результатами впровадження нових каналів та інструментів у практику маркетингових департаментів фармацевтичних виробників.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основи маркетингу / пер. з англ. 2-е європ. вид. Вільямс, 2002. 944 с.
2. Закон України «Про лікарські засоби»
3. Закон України «Про рекламу»
4. Дані компанії *Proxima Research International* стосовно долі каналів промоції в комплексі маркетингу топ-5 та сумарно решти фармацевтичних компаній України в 3 кварталі 2023 року (за спогадами лікарів всіх спеціальностей про промоцію).