

DOI 10.32782/city-development.2025.2-9

УДК 338.45:339.13: 661.1:615.4

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ ТА ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

**Ларіна Ярослава Степанівна**

доктор економічних наук, професор,  
професор кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2712-7824>**Бачуріна Діана Максимівна**

здобувач, спеціальність 075 «Маркетинг»  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-4380-8484>

**Анотація.** У статті досліджено сучасний стан та тенденції розвитку фармацевтичного ринку України. Вивчено вплив макроекономічних чинників на його функціонування. Проведено аналіз ключових параметрів кон'юнктури фармацевтичного ринку України, в тому числі таких як обсяги виробництва, роздрібною торгівлі, експорту та імпорту фармацевтичної продукції. За результатами дослідження визначено основні тренди, особливості та ризики функціонування та розвитку національного фармацевтичного ринку України, в тому числі спричинені повномасштабним вторгненням РФ (зменшення чисельності населення, порушення логістичних ланцюгів тощо). Виявлено тенденції розвитку фармацевтичного ринку під впливом цифрової трансформації, зокрема, стрімке зростання е-комерції, сервісів онлайн-резервування лікарських засобів, цифрове просування веб-ресурсів компаній і брендів, впровадження digital-проектів, активне залучення цільової аудиторії до аптечних закладів і агрегаторів. розвиток брендovаних онлайн-платформ, використання ШІ.

**Ключові слова:** маркетинг, фармацевтичний ринок, цифрова трансформація, маркетингова стратегія, онлайн-торгівля, онлайн-платформа, омніканальність.

**Актуальність проблеми.** Фармацевтичний ринок України вирізняється значною динамікою зростання та високими показниками рентабельності. Незважаючи на специфіку продукції, що виробляється підприємствами фармацевтичної галузі, попит на неї демонструє стабільну тенденцію до зростання та відносну незалежність від макроекономічної нестабільності. Посилення конкурентного тиску в галузі актуалізує потребу у стратегічному переосмисленні підходів до ринкової діяльності фармацевтичних компаній, зокрема через пошук нових цільових сегментів, диверсифікацію продуктових лінійок, оптимізацію цінової політики та впровадження новітніх цифрових маркетингових інструментів просування. Фармацевтичний сектор не лише забезпечує населення життєво необхідними лікарськими засобами, а й виступає важливим індикатором соціально-економічного розвитку держави та якості життя споживачів. Наявність розвиненої

фармацевтичної промисловості є ознакою високого технологічного рівня економіки країни та здатності до генерації й адаптації технологічних рішень у сфері охорони здоров'я.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Вагомий науковий внесок у вивчення сучасного стану та динаміки розвитку фармацевтичного ринку України здійснили Н. Демченко, І. Корман, Н. Кузьмінська, О. Оксенюк, О. Пенькова, І. Попова, О. Світовий, О. Семенда, О. Шандрівська, А. Швед, П. Шевчук та інші. Їхні праці сприяли глибшому розумінню функціонування галузі в період підвищених макроекономічних і політичних загроз та окреслили ключові виклики, що постають перед вітчизняними фармацевтичними компаніями.

Враховуючи динамічність змін у маркетинговому середовищі, посилення впливу цифрової трансформації, низка аспектів, пов'язаних із стратегічними та маркетинговими орієнтирами



розвитку суб'єктів фармацевтичного ринку України, зокрема щодо його ролі, специфіки та можливостей застосування новітніх цифрових маркетингових інструментів залишається недостатньо вивченою. З огляду на критичне значення фармацевтичного сектору для національної економіки та системи охорони здоров'я, ці питання потребують подальших досліджень.

**Мета статті** – оцінка поточного стану, динаміки та виявлення тенденцій розвитку фармацевтичного ринку України в умовах підвищеного рівня зовнішніх загроз, викликів маркетингового середовища та впливу цифровізації.

**Результати дослідження.** Розвиток фармацевтичного ринку України перебуває під впливом макроекономічних та інших чинників маркетингового середовища. Упродовж останніх трьох років макроекономічна ситуація в Україні зазнала суттєвих трансформацій. Визначальним став вплив повномасштабного воєнного вторгнення РФ на територію України у 2022 році. Результатом цього стало різке падіння валового внутрішнього продукту (ВВП) на рівні близько 29% у 2022 р., що зумовлювалося масштабним руйнуванням критичної інфраструктури, скороченням промислового виробництва та різким зниженням ділової активності. Водночас уже в 2023 році, внаслідок поступової адаптації економічної системи до умов воєнного часу, а також завдяки активній міжнародній фінансовій підтримці, спостерігалось відновлення темпів економічного зростання, зокрема, приріст ВВП склав 5,3%, і фармацевтична галузь стала одним з флагманів цього відновлення. У 2024 році темпи зростання залишалися позитивними, проте знизилися до орієнтовно 4%, що пояснюється впливом енергетичної кризи та низкою інших структурних

макроекономічних ускладнень [1]. У той же час фармацевтична галузь продовжила зростання.

Динаміка рівня безробіття в Україні протягом останніх років характеризувалася значними коливаннями. У 2022 році рівень безробіття досягнув критичної позначки в 21%, що було зумовлено масштабними внутрішніми та зовнішніми переміщеннями населення, а також масовою зупинкою підприємств унаслідок бойових дій. Проте вже в 2023 році зафіксовано тенденцію до поступового зниження цього показника до 14%, що стало можливим завдяки частковому відновленню економічної активності. Згідно з даними НБУ у 2024 році рівень безробіття залишався на цьому ж рівні, що свідчить про відносну стабілізацію на ринку праці в умовах війни [2].

Окрему загрозу для економічного розвитку і зокрема, розвитку фармринку, становить демографічна ситуація, яка суттєво ускладнюється внаслідок тривалих міграційних процесів. За оцінками експертів, чистий відтік населення з країни перевищив 7 млн осіб, що істотно впливає на трудовий потенціал, ринковий попит, та ускладнює об'єктивну оцінку економічної динаміки.

Фармацевтична галузь України становить близько 1% від загального обсягу ВВП та формує понад 3% експортної виручки країни. Відповідно до аналітичних матеріалів видання «Фармацевтика в Україні», зазначений сектор є предметом постійних науково-аналітичних досліджень, що підтверджує його стратегічне значення в структурі національної економіки [3]. Регулярне проведення моніторингових досліджень ринкової ємності дозволяє отримувати релевантні оцінки поточного стану та перспектив розвитку фармацевтичного ринку, що ілюструється на рис. 1.



**Рисунок 1 – Місткість ринку фармацевтичної продукції України у грошовому та натуральному вираженні в 2021–2024 рр.**

Джерело: [4; 5]

У 2024 році загальний обсяг роздрібного продажу фармацевтичної продукції досягнув 194,7 млрд грн, що свідчить про зростання на 19% порівняно з аналогічним показником 2023 року, за підсумками якого загальний обсяг роздрібної реалізації продукції аптечного сегменту становив 164 млрд грн, що, у свою чергу, на 29% перевищує аналогічний показник 2022 року [6]. Порівняно з довоєнним рівнем 2021 року зафіксовано зростання на 20%.

У фізичному (натуральному) вираженні обсяги реалізованої продукції у 2024 році склали близько 1,3 млрд упаковок, продемонструвавши незначне зростання на рівні 0,9%. Відповідно, у фізичному вираженні у 2023 році реалізація становила також 1,3 млрд упаковок, що на 3% більше, ніж у 2022 році, проте на 27% менше, ніж у 2021 році.

У доларовому еквіваленті обсяг продажу за відповідний період становив 4,8 млрд доларів США, що на 8% перевищує показник попереднього року, попри збереження валютних коливань та інфляційного тиску. Порівняно із 2022 роком 2023 рік демонстрував приріст на 13%, однак залишився на 10% нижчим за показники 2021 року, що пояснюється суттєвими валютними коливаннями та девальваційним тиском. У 2024 році у грошовому доларовому вираженні місткість ринку фактично зрівнялася із відповідним показником 2021 року (коливання темпу зміни в межах 0,5%) [5].

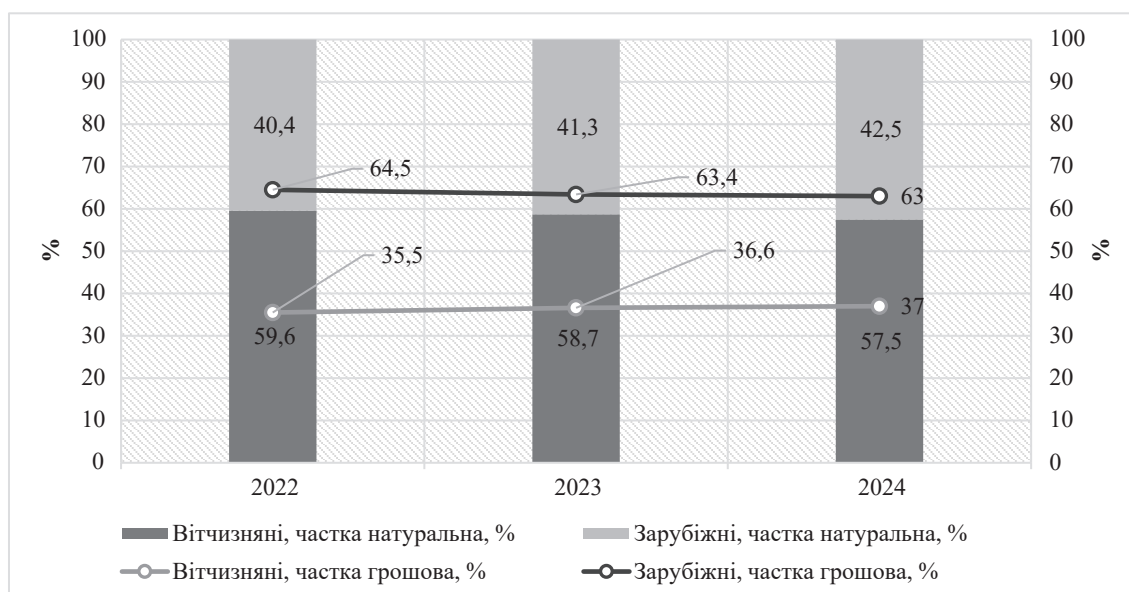
Отже, незважаючи на позитивну динаміку в грошовому еквіваленті, обсяг роздрібних продажів у натуральному виразі залишається на 21,3% нижчим порівняно з довоєнними показниками. З огляду на зменшення чисельності населення майже до 30 млн осіб, перспективи швидкого від-

новлення ринкової місткості у коротко- та середньостроковій перспективі виглядають обмеженими.

Ціновий фактор відіграє ключову роль у формуванні динаміки товарообігу в українському фармацевтичному секторі. Упродовж 2022 року індекс споживчих цін у категорії «Медикаменти та обладнання» підвищився на 21,9%, досягнувши значення 121,9%. У 2023 році спостерігалось подальше зростання цін, хоча темпи дещо знизилися (приріст становив 7,1%). За 2024 рік інфляційний індекс у зазначеному сегменті сягнув 113,9%, що свідчить про додаткове підвищення на 13,9%. Загалом, за трирічний період ціни на фармацевтичну продукцію зросли на 45%. Основним детермінантним чинником такого зростання є девальвація національної валюти, яка втратила приблизно 32,5% своєї вартості [7].

Комплексний аналіз процесів ціноутворення передбачає дослідження структури ринку за походженням продукції як у фізичному (натуральному), так і у вартісному вимірі, що графічно відображено на рис. 2.

У структурі роздрібної торгівлі лікарськими засобами за походженням у 2024 році простежується підвищення частки продукції вітчизняного виробництва у грошовому вираженні порівняно з 2023 роком. Водночас у натуральному вимірі зросла частка реалізації імпортованих препаратів, що свідчить про їх ширше представлення в аптечному сегменті. За підсумками 2023 року також було зафіксовано незначне підвищення питомої ваги українських лікарських засобів у вартісному вимірі проти 2022 року. У кількісному вираженні динаміка була неоднорідною, що зумовлено осо-



**Рисунок 2 – Розподіл часток фармацевтичного ринку між вітчизняними та зарубіжними підприємствами, 2022–2024 рр.**

Джерело: [5]

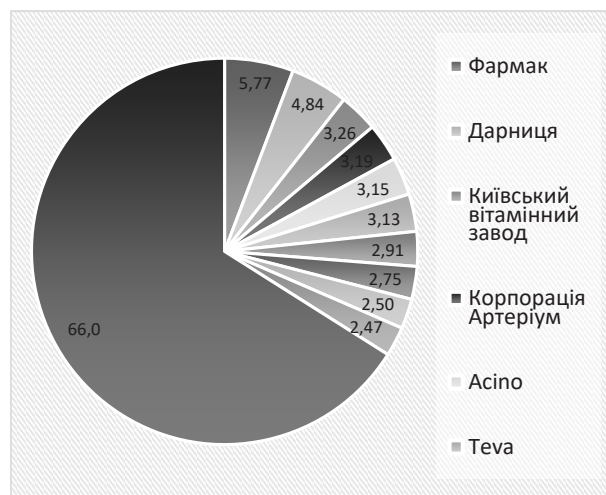
бливостями окремих товарних груп: у деяких сегментах переважали імпортні препарати, в інших – посилилася присутність вітчизняних товарів.

Загальна ринкова динаміка свідчить про поступове зростання попиту на імпортну фармацевтичну продукцію. За підсумками 2024 року середньозважена ціна однієї упаковки товарів становила 150,4 грн, що на 17,7% перевищує аналогічний показник 2023 року (126,15 грн). Найвищу цінову позицію серед категорій продукції зберегли дієтичні добавки, середньозважена вартість яких досягла 188,0 грн за упаковку. Для лікарських засобів цей показник становив 182,3 грн, для косметичних засобів – 156,7 грн, тоді як медичні вироби залишилися найменш витратною категорією з середньою ціною 41,6 грн за одиницю.

У 2024 році середня вартість продукції українського виробництва становила 96,3 грн за упаковку, натомість у 2023 році – 78,6 грн. Імпортні препарати у 2024 році були більш ніж вдвічі дорожчими – 222,01 грн за упаковку, натомість у 2023 році – 191,8 грн за упаковку. Така суттєва різниця у цінах між вітчизняними та зарубіжними товарами пояснюється переважно вищими якісними стандартами імпортних товарів, їх складнішою технологічною структурою, а також специфікою цінової політики транснаціональних фармацевтичних компаній, орієнтованих на вищі показники рентабельності [5].

За результатами 2024 року лідируючі позиції на ринку роздрібної реалізації лікарських засобів і дієтичних добавок за обсягами продажу у грошовому еквіваленті посіли АТ «Фармак» та «Фармацевтична фірма «Дарниця». Усі компанії, що сформували першу десятку найбільших учасників фармацевтичного ринку, продемонстрували стійке зростання обсягів реалізації у вартісному вимірі (рис. 3). До трійки лідерів увійшло АТ «Київський вітамінний завод», частка якого сягнула 3,26%, що свідчить про динамічне зростання його конкурентних позицій. Слідом за ним ідуть Корпорація «Артеріум» (3,19%), Acino (3,15%) та Teva (3,13%), що демонструють відносно близькі показники, що свідчить про високий рівень конкуренції. Інші компанії, такі як KRKA (2,91%), Berlin-Chemie (2,75%), Sanofi (2,50%) та Кусум Фарм (2,47%), посідають нижчі позиції, однак зберігають значну частку ринку. При цьому понад дві третини обсягу ринку (66%) припадає на категорію «інші», що вказує на наявність великої кількості дрібніших операторів, які забезпечують фрагментовану, але вагому присутність у структурі фармацевтичного сектору.

Станом на 2024 рік в Україні функціонує 8565 аптечних закладів, причому лише за рік було відкрито 1395 нових аптек. Це найвищий приріст серед усіх секторів роздрібної торгівлі.



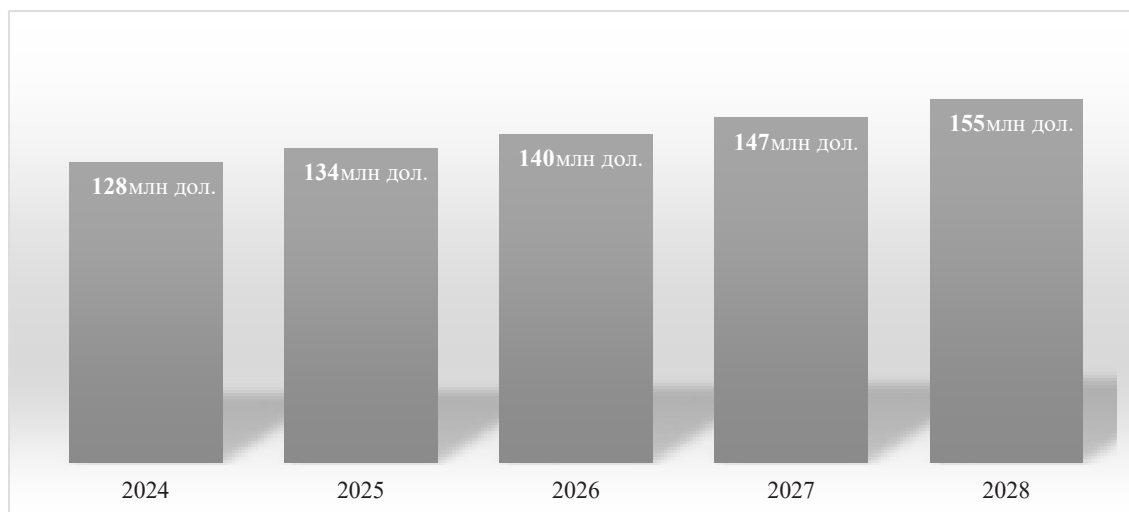
**Рисунок 3 – Ринкові частки найбільших конкурентів на ринку фармацевтичної продукції України, 2024 р.**

Джерело: [5]

Темпи розширення аптечної інфраструктури суттєво випереджають динаміку відкриття торговельних об'єктів у продуктовому й непродуктовому сегментах у 2–3 рази. Кількість аптек, що припинили діяльність, становила лише 202, що забезпечило чисте зростання мережі на 1193 об'єкти [8].

Однією з ключових тенденцій розвитку галузі виступає активізація експортної діяльності вітчизняних фармацевтичних виробників. Зокрема, у 2023 році АТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», як один із лідерів ринку, розширило експортну географію, розпочавши постачання продукції до Австралії. В умовах припинення поставок до РФ та РБ українські компанії активно диверсифікують зовнішньоекономічну діяльність задля мінімізації втрат. Найбільшу частку в експорті українських лікарських засобів наразі займає Узбекистан, який акумулює 21% від загального обсягу постачань [4].

Паралельно з цим, на українському ринку стабільно зберігається тенденція популяризації здорового способу життя. Цей тренд має безпосередній вплив на фармацевтичну галузь, зокрема в частині виробництва продукції, що сприяє покращенню фізичного та психоемоційного стану населення. Серед найпопулярніших БАДів та вітамінів, що користуються стабільним попитом серед українських споживачів, вирізняються вітаміни групи В, вітаміни Е, D і С, омега-3, а також мінерали – цинк, магній, кальцій та інші [9]. Загалом, вартість ринку вітамінів і добавок в Україні у 2023 році досягла 110 млн доларів США [10]. Варто також підкреслити, що за результатами останніх досліджень спостерігається стабільна тенденція до зростання цього сегмента ринку на рівні до 5% щорічно (рис. 4).



**Рисунок 4 – Прогноз місткості ринку вітамінів на наступні 5 років**

Джерело: [10]

Однією з ключових тенденцій розвитку фармацевтичного ринку України є реалізація державних ініціатив, спрямованих на підвищення доступності лікарських засобів для населення шляхом запровадження цінового регулювання та забезпечення прозорості ринкових механізмів. Відповідно до рішення Ради національної безпеки і оборони України від 12 лютого 2024 року «Про додаткові заходи щодо забезпечення доступності лікарських засобів для українців», яке введено в дію Указом Президента України №82/2025, було затверджено покрокову стратегію стабілізації фармацевтичного ринку, зокрема в частині зниження вартості препаратів [11].

Урядом були запроваджені обмеження на торговельні націнки, заборонено застосування маркетингових платежів, а також активізовано контроль за цінами в аптечному сегменті через посилення наглядових функцій Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів. Особливий акцент зроблено на посилення соціальної відповідальності виробників: вітчизняні фармацевтичні компанії підписали декларацію про добровільне зниження та утримання цін на лікарські засоби, яка є відкритою до приєднання іншими ринковими учасниками.

Результатом реалізації цих кроків стало зниження на 30% цін на 100 найбільш затребуваних лікарських засобів, починаючи з 1 березня 2025 року. До цього переліку увійшли 22 препарати, виготовлені АТ «Київський вітамінний завод», 20 – від ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», 18 – виробництва компанії «ІнтерХім», 17 – АТ «Фармак», 8 – корпорації «Артеріум», 6 – «Юрія-Фарм», 5 – ТОВ «Кусум Фарм», 3 – ПрАТ «Борщагівський хімфармзавод» та 2 – ПрАТ «Фармацевтична фабрика «Віола». Вказані заходи відповідають

сучасним світовим практикам фармацевтичної політики, які передбачають підвищення доступності ліків, сприяння добросовісній конкуренції та підтримку принципів соціальної відповідальності у діяльності галузевих суб'єктів [12].

У контексті адаптації фармацевтичного законодавства України до європейських стандартів держава поступово впроваджує механізми, спрямовані на підвищення безпеки лікарських засобів і протидію обігу фальсифікованої продукції. Одним із ключових напрямів у цьому процесі є створення національної системи верифікації лікарських засобів, яка відповідає вимогам Європейського Союзу щодо маркування та відстеження медичної продукції в обігу. Відповідно до урядового рішення з 1 січня 2026 року виробники лікарських засобів зможуть добровільно наносити на упаковку елементи захисту у вигляді двовимірному коду (2D-кодування) з унікальним ідентифікатором, а з 1 січня 2028 року це стане обов'язковою вимогою. Така система маркування дозволяє ідентифікувати кожну одиницю лікарського засобу на всіх етапах його переміщення (від виробництва до кінцевого споживача) [13].

Механізм функціонування національної системи верифікації передбачає наскрізну перевірку автентичності лікарських засобів. Зокрема, в процесі дистрибуції препарати перевірятимуться на відповідність інформації, внесеної до централізованого сховища даних. На етапі реалізації в аптеках відбуватиметься остаточна перевірка: засіб скануватиметься, а система ідентифікуватиме відповідність унікального коду даним, внесеним виробником. У разі позитивного результату маркування деактивується, і препарат передається пацієнтові. Якщо ж виявлено невідповідність, система автоматично сигналізує про потенційний випадок фальсифікації, що

передбачає подальше розслідування з боку відповідних контролюючих органів.

Впровадження 2D-кодування та системи централізованої верифікації забезпечує низку важливих переваг. З одного боку, це створює додаткові бар'єри для потрапляння на ринок фальсифікованих або незареєстрованих лікарських засобів, з іншого – сприяє зміцненню довіри з боку пацієнтів до фармацевтичного обслуговування. Отже, реалізація зазначених заходів відповідає як вимогам ЄС, так і національним інтересам у сфері охорони здоров'я, сприяючи гарантуванню права громадян на доступ до безпечних та якісних лікарських засобів.

Однією з визначальних тенденцій сучасного розвитку фармацевтичного сектору є цифрова трансформація, яка охоплює широкий спектр операційних процесів. Особливу увагу привертає стрімке зростання електронної комерції: частка онлайн-продажів фармацевтичної продукції в Україні сягнула 7%, перевищивши середньосвітовий рівень у 5%. Цифрові технології також активно інтегруються у взаємодію бізнесу з органами державної влади, що дозволяє оптимізувати адміністративні процедури та підвищити ефективність регуляторного нагляду [4].

Цифрову трансформацію фармацевтичного сектору підтримує впровадження електронних рецептів, що зберігаються у цифровому форматі. Паралельно активно розвиваються сервіси онлайн-резервування лікарських засобів, які забезпечують пацієнтам зручний і доступний спосіб замовлення медикаментів та медичних товарів. Згадані сервіси відіграють важливу роль в оптимізації процесів взаємодії між кінцевими споживачами, аптечними закладами та виробниками лікарських засобів. Зокрема, надають пацієнтам можливість здійснювати попереднє замовлення необхідних медикаментів з подальшим їх отриманням у зручний час та у вибраному місці.

Одним із найбільш репрезентативних прикладів вітчизняного ринку є онлайн-платформа Tabletki.ua, яка наразі виконує ключову функцію в процесах цифрової трансформації фармацевтичної галузі України. Сервіс інтегрує в єдиний інформаційний простір значну кількість аптечних закладів, надаючи користувачам можливість оперативно отримувати інформацію щодо наявності лікарських засобів, здійснювати ціновий моніторинг, порівнювати пропозиції різних торгових точок та резервувати обрані позиції із подальшим самостійним отриманням. Зазначений функціонал істотно покращує споживацький досвід, одночасно зменшуючи ризики дефіциту препаратів через забезпечення доступу до ресурсів аптечних мереж у різних регіонах країни [14].

Отже, подібні платформи не лише сприяють прозорості механізмів ціноутворення та підви-

щенню обізнаності споживачів щодо доступних лікарських засобів і торгових марок, а й створюють умови для формування раціональної споживчої поведінки. Забезпечення доступу до детальної інформації про препарат, включаючи інструкції та відгуки інших користувачів, істотно підвищує рівень фармацевтичної грамотності населення, що, у свою чергу, є важливим чинником сталого розвитку системи охорони здоров'я.

У контексті трансформації сучасного фармацевтичного ринку ключовими стратегіями, спрямованими на підвищення ефективності фармакомунікацій, залишаються цифрове просування офіційних веб-ресурсів компаній і брендів, впровадження спеціалізованих digital-проектів, а також активне залучення цільової аудиторії до аптечних закладів і агрегаторів. Особливе значення набуває розвиток брендovаних онлайн-платформ, інструментів електронної комерції та ініціатив, побудованих із використанням технологій штучного інтелекту. Водночас спостерігається суттєве зростання обсягів мобільного трафіку, особливо в сегментах пошукової активності та соціальних мереж, серед яких провідні позиції посідають YouTube і Facebook. Фармацевтична галузь є однією з найдинамічніших у впровадженні інструментів ШІ, що сприяє оптимізації цифрової взаємодії зі споживачами [15].

Серед цифрових інструментів, які демонструють високу результативність у діяльності диджитал-фахівців фармацевтичного сектору, вирізняються сучасні нейромережеві платформи. Зокрема, Midjourney забезпечує генерацію візуального контенту; Heygen – відеоматеріалів; Creatory, BannerBoo та Ad Creative AI – автоматизоване створення рекламних елементів; Surfer SEO – оптимізацію пошукової присутності; Digital First AI – ефективне управління маркетинговими кампаніями; AI Text – розробку текстового креативу; GammApp – презентаційних матеріалів. Проте попри широкий спектр наявних можливостей, відчутною залишається потреба у створенні універсального мультифункціонального інструмента на базі ШІ, здатного інтегрувати зазначені функції в єдину екосистему. Актуальними є також етичні та практичні виклики, пов'язані з визначенням авторства ШІ-контенту, перевіркою достовірності результатів та дефіцитом кваліфікованих спеціалістів із промпт-дизайну.

У сучасних умовах інформаційного перенасичення однією з ключових тенденцій фармацевтичного ринку виступає акцент на ефективне управління увагою споживачів, що зумовлено поширенням феномену так званого «кліпового мислення». Це обумовлює зростання вартості уваги як ресурсу, а відтак — посилює вимоги до маркетингових стратегій, які мають забезпечувати не лише охоплення, а й глибоку залученість аудиторії. У цьому контексті пріоритетом стає не

кількість інформаційних контактів, а їхня якість, емоційна релевантність та здатність утримувати інтерес.

Відповіддю на зростаючі виклики стало активне впровадження омніканального підходу, що передбачає інтеграцію всіх точок взаємодії з цільовою аудиторією в єдину комунікаційну екосистему. У глобальному фармацевтичному середовищі цей підхід уже є стандартом: понад 75% компаній активно використовують скоординовані канали зв'язку, що дозволяє не лише підвищити ефективність маркетингової діяльності, але й забезпечити стабільний ріст доходів.

Водночас омніканальність надає лікарям та пацієнтам безперешкодний доступ до достовірної інформації про препарати, що є критично важливим у процесі ухвалення рішень про лікування. Український ринок поступово долучається до цього процесу. Хоча темпи розвитку омніканальності є помірними, цифрові платформи вже активно використовуються медичними працівниками та пацієнтами [15].

Удосконалення цифрових каналів, зокрема соціальних мереж, дозволяє фармацевтичним компаніям формувати впізнаваність бренду та підвищувати рівень довіри до продукції. Активна присутність у TikTok, YouTube, Telegram, Instagram та Facebook сприяє розширенню охоплення та посиленню клієнтоцентричності. Залучення нових інструментів, як-от чат-ботів, додатково поглиблює взаємодію з професійною аудиторією (лікарями, фармацевтами) і забезпечує доступ до інформації в режимі реального часу. Чат-боти не лише підвищують ефективність обслуговування, але й виступають джерелом поведінкових даних, які використовуються для адаптації контенту й персоналізації маркетингових повідомлень.

Окремим напрямом маркетингових стратегій є поєднання соціальної відповідальності з маркетинговими цілями. Благодійні проєкти, за умови органічної інтеграції в стратегію компанії, можуть формувати емоційний зв'язок із брендом і підвищувати його репутаційну цінність. Проте на українському ринку вплив таких ініціатив на обсяги продажів залишається обмеженим, що вказує на необхідність комплексного аналізу факторів ефективності: від рівня обізнаності цільової аудиторії до її готовності підтримувати соціальні ініціативи, пов'язані з брендом [15].

Отже, маркетингова стратегія на фармацевтичному ринку дедалі більше орієнтується

на адаптивність, технологічну інтегрованість і емоційну релевантність. У центрі уваги — не просто донесення інформації, а вибудова довготривалих, персоналізованих відносин зі споживачем на тлі інформаційного перевантаження й зниження когнітивної зосередженості. Це обумовлює потребу в постійному моніторингу, аналітичній підтримці та динамічному оновленні підходів відповідно до мінливих запитів цільової аудиторії.

**Висновки.** Розвиток фармацевтичної галузі України перебуває під впливом макроекономічних чинників та цифровізації. Незважаючи на негативний вплив чинників зовнішнього середовища, фармацевтична галузь демонструє зростання у 2023–2024 рр.. Провідними операторами ринку роздрібного продажу лікарських засобів та дієтичних добавок є АТ «Фармак», «Дарниця» та «Київський вітамінний завод». Виявлено, що в структурі роздрібної торгівлі лікарськими засобами за походженням у 2024 р. зростає частка продукції вітчизняного виробництва у грошовому вираженні, водночас у натуральному вимірі зросла частка реалізації імпортованих препаратів. Встановлено, що однією з ключових тенденцій розвитку галузі є активізація експортної діяльності вітчизняних фармацевтичних виробників, особливо, лідерів ринку. Виявлено, що на українському ринку зберігається тенденція популяризації здорового способу життя, що має вплив на фармацевтичну галузь. Однією з ключових тенденцій розвитку фармацевтичного ринку України є реалізація державних ініціатив, спрямованих на підвищення доступності лікарських засобів для населення шляхом запровадження цінового регулювання та забезпечення прозорості ринкових механізмів, а також на підвищення безпеки лікарських засобів і протидії обігу фальсифікованої продукції. Виявлено тенденції розвитку фармацевтичного ринку під впливом цифрової трансформації, зокрема, стрімке зростання електронної комерції, впровадження електронних рецептів, сервісів онлайн-резервування лікарських засобів, цифрове просування офіційних веб-ресурсів компаній і брендів, впровадження спеціалізованих digital-проєктів, а також активне залучення цільової аудиторії до аптечних закладів і агрегаторів. Особливого значення набуває розвиток брендovаних онлайн-платформ, інструментів електронної комерції та ініціатив, побудованих із використанням технологій штучного інтелекту, нейромережевих платформ.

#### Бібліографічний список:

1. Валовий внутрішній продукт (ВВП) в Україні 2025. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>
2. Національний банк України. Інфляційні звіти. URL: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/report>
3. Інфографічний довідник "Фармацевтика України 2023". URL: <https://toplead.com.ua/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2023/>

4. Тенденції фарми 2023. MIND. URL: <https://mind.ua/publications/20263247-tendenciya-farmi-2023-ukrayinska-produkciya-dominue-na-rinku-a-virobniki-naroshchuyut-eksport>
5. Аптечний продаж за підсумками 2024 р. Онлайн-видання "Аптека.ua". URL: <https://www.apteka.ua/article/712849>
6. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Індекси інфляції в Україні за товарними групами. Інформаційний портал «МІНФІН». URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
8. Географія ритейлу за 2024 рік: в яких регіонах та як представлені гравці основних галузей торгівлі України. RAU. URL: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-12/>
9. Ринок БАДів у цифрах і трендах від MAUDAU: що купують українці у 2025 році. UKRAINIAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS. URL: <https://www.ucsc.org.ua/rynok-badiv-u-czyfrach-i-trendah-vid-maudau-shho-kupuyut-ukrayinczi-u-2025-roczii/>
10. Дослідження ринку добавок і вітамінів в Україні. DSN GROUP. URL: <https://dsn.com.ua/doslidzhennia-rynku-dobavok-i-vitaminiv-v-ukraini/>
11. Закон України «Про додаткові заходи щодо забезпечення доступності лікарських засобів для українців». Документ n0006525-25, чинний, поточна редакція — Прийняття від 12.02.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0006525-25#Text>
12. Зниження цін на лікарські засоби. Міністерство охорони здоров'я України. URL: <https://moz.gov.ua/uk/znizhennya-cin-na-likarski-zasobi>
13. 2D-кодівання ліків. Державна служба. URL: [https://www.dls.gov.ua/for\\_subject/155635-2/](https://www.dls.gov.ua/for_subject/155635-2/)
14. Онлайн-платформа TABLETKI.UA. URL: <https://tabletki.ua>
15. Як сучасні цифрові технології змінюють правила гри у Фармі. Онлайн-видання «Аптека.ua». URL: <https://www.apteka.ua/article/711529>

#### References:

1. Valovyi vnutrishnii produkt (VVP) v Ukraini 2025. Minfin [Gross Domestic Product (GDP) in Ukraine 2025. Ministry of Finance]. Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/>
2. Natsionalnyi bank Ukrainy. Inflatsiini zvity [National Bank of Ukraine. Inflation Reports]. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/monetary/report>
3. Infografichniy dovidnyk "Farmatsevtika Ukrainy 2023" [Infographics "Pharmaceutical Industry of Ukraine 2023"]. Available at: <https://toplead.com.ua/the-infographics-report-pharmaceutical-industry-of-ukraine-2023/>
4. Tendentsii farmy 2023 [Pharmaceutical Trends 2023]. MIND. Available at: <https://mind.ua/publications/20263247-tendenciya-farmi-2023-ukrayinska-produkciya-dominue-na-rinku-a-virobniki-naroshchuyut-eksport>
5. Aptechnyi prodazh za pidsumkami 2024 [Pharmacy sales by results of 2024]. Apteka.ua. Available at: <https://www.apteka.ua/article/712849>
6. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://ukrstat.gov.ua/>
7. Indeksy inflatsii v Ukraini za tovarnymi hrupamy [Inflation indices in Ukraine by commodity groups]. Informatsiyniy portal "MINFIN". Available at: <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
8. Heohrafiia ryteilu za 2024 rik: v yakykh rehionakh ta yak predstavleni hravtsi osnovnykh haluzei torhivli Ukrainy [Retail geography for 2024: in which regions and how are the players of the main trade industries of Ukraine represented]. RAU. Available at: <https://rau.ua/novyni/geografija-ritejlu-2024-12/>
9. Rynok BADiv u tsyfrakh i trendakh vid MAUDAU: shcho kupuiut ukraintsy u 2025 rotsi [Dietary supplements market in figures and trends from MAUDAU: what Ukrainians buy in 2025]. UKRAINIAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS. Available at: <https://www.ucsc.org.ua/rynok-badiv-u-czyfrach-i-trendah-vid-maudau-shho-kupuyut-ukrayinczi-u-2025-roczii/>
10. Doslidzhennia rynku dobavok i vitaminiv v Ukraini [Research on the market of supplements and vitamins in Ukraine]. DSN GROUP. Available at: <https://dsn.com.ua/doslidzhennia-rynku-dobavok-i-vitaminiv-v-ukraini/>
11. Zakon Ukrainy "Pro dodatkovy zakhody shchodo zabezpechennia dostupnosti likarskykh zasobiv dlia ukraintsiv" [Law of Ukraine "About additional measures to ensure the availability of medicines for Ukrainians"]. Dokument n0006525-25, chynnyi, potochna redaktsiia – Pryiniattia vid 12.02.2025. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/n0006525-25#Text>
12. Znyzhennia tsin na likarski zasoby [Reduction of prices for medicines]. Ministerstvo okhorony zdorov'ia Ukrainy. Available at: <https://moz.gov.ua/uk/znizhennya-cin-na-likarski-zasobi>
13. 2D-koduvannia likiv [2D-coding of medicines]. Derzhavna sluzhba. Available at: [https://www.dls.gov.ua/for\\_subject/155635-2/](https://www.dls.gov.ua/for_subject/155635-2/)
14. Onlain-platforma TABLETKI.UA [Online platform TABLETKI.UA]. Available at: <https://tabletki.ua>
15. Yak suchasni tsyfrovi tekhnolohii zminiuiut pravyla hry u Farmi [How modern digital technologies are changing the rules of the game in Pharma]. Apteka.ua. Available at: <https://www.apteka.ua/article/711529>

## TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN PHARMACEUTICAL MARKET UNDER THE INFLUENCE OF MACROECONOMIC FACTORS AND DIGITAL TRANSFORMATION

**Yaroslava Larina**

Doctor of Economics, Professor,  
Professor of the Marketing Department named after A.F. Pavlenko  
*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

**Diana Bachurina**

Student, 075 "Marketing"  
*Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman*

**Summary.** The article describes the current state and trends of the pharmaceutical market of Ukraine. The influence of macroeconomic factors on its functioning is studied. The purpose of the article is to assess the current state, dynamics and identify development trends of the pharmaceutical market of Ukraine in the face of increased external threats, challenges of the marketing environment and the impact of digitalization. An analysis of key parameters of the Ukrainian pharmaceutical market situation is carried out, including such aspects as production volumes, retail trade, export, and import of pharmaceutical products. The pharmaceutical market of Ukraine is distinguished by significant growth dynamics and high profitability indicators. Despite the specificity of products manufactured by pharmaceutical enterprises, demand for them demonstrates a stable growth trend and relative independence from macroeconomic instability. Increased competitive pressure in the industry makes it necessary to strategically rethink approaches to the market activities of pharmaceutical companies, in particular through the search for new target segments, diversification of product lines, optimization of pricing policy, and the introduction of modern digital marketing tools. The results of the study identified the main trends, features, and risks of the functioning and development of the national pharmaceutical market of Ukraine, including those caused by the full-scale invasion by Russia. It was found that in the structure of retail trade in medicines by origin in 2024, the share of domestically produced products is increasing in monetary terms, while the share of sales of imported drugs has increased in physical terms. It was established that one of the key trends in the development of the industry is the intensification of export activities by domestic pharmaceutical manufacturers, especially market leaders. It was found that the trend of popularizing a healthy lifestyle persists in the Ukrainian market, which has a direct impact on the pharmaceutical industry. One of the key trends in the development of the pharmaceutical market of Ukraine is the implementation of state initiatives aimed at increasing the availability of medicines for the population by introducing price regulation and ensuring transparency of market mechanisms, as well as increasing the safety of medicines and combating the circulation of counterfeit products. Trends in the development of the pharmaceutical market under the influence of digital transformation have been identified, in particular: the rapid growth of e-commerce, the introduction of electronic prescriptions stored in digital format, online drug reservation services, digital promotion of official web resources of companies and brands, the implementation of specialized digital projects, as well as the active involvement of the target audience through pharmacies and aggregators. The importance of branded online platforms, e-commerce tools, artificial intelligence technologies, and neural network platforms in the development of the pharmaceutical market has been demonstrated.

**Keywords:** marketing, pharmaceutical market, digital transformation, marketing strategy, online trading, online platform, omnichannel.

*Стаття надійшла до редакції 04.04.2025*