

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ЧЕЧОТКА ОЛЕНА ВАЛЕРІЇВНА**

УДК 616.12.687.55.339.138

**НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ  
ПРОСУВАННЯ ЛІКАРСЬКИХ КОСМЕТИЧНИХ ЗАСОБІВ В АПТЕКАХ  
ДЛЯ НАДАННЯ НАЛЕЖНОЇ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ДОПОМОГИ**

15.00.01 – технологія ліків, організація фармацевтичної справи  
та судова фармація

**Автореферат**  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата фармацевтичних наук

Харків – 2019

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі управління та економіки підприємства Національного фармацевтичного університету МОЗ України, м. Харків.

**Науковий керівник:** доктор фармацевтичних наук, професор  
**ПОСИЛКІНА ОЛЬГА ВІКТОРІВНА,**  
Національний фармацевтичний університет,  
завідувач кафедри управління та економіки підприємства.

**Офіційні опоненти:** доктор фармацевтичних наук, професор,  
Заслужений діяч науки і техніки України  
**МНУШКО ЗОЯ МИКОЛАЇВНА,**  
Харківська медична академія післядипломної освіти,  
професор кафедри менеджменту і економіки в сімейній медицині;

доктор фармацевтичних наук, професор  
**БУШУЄВА ІННА ВОЛОДИМІРІВНА,**  
Запорізький державний медичний університет,  
професор кафедри клінічної фармації, фармакотерапії та  
управління і економіки фармації.

Захист відбудеться «12» грудня 2019 року о 13.00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.605.02 при Національному фармацевтичному університеті за адресою: 61002, м. Харків, вул. Пушкінська, 53.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національного фармацевтичного університету (61168, м. Харків, вул. Валентинівська, 4).

Автореферат розісланий «11» листопада 2019 р.

В.о. вченого секретаря  
спеціалізованої вченої ради,  
професор

Л. І. Шульга

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** З розвитком суспільства актуалізується проблема забезпечення якості життя населення. Здоров'я, у тому числі й здоров'я шкіри, і зовнішність, задоволення власним виглядом є важливими складовими психологічного стану багатьох людей. Тому аптечні заклади (АЗ) у всьому світі все активніше вводять до свого асортименту поряд із лікарськими засобами (ЛЗ) і косметичну продукцію та лікарські косметичні засоби (ЛКЗ). За останні роки сегмент аптечної косметики був визначений як один із найбільш швидкозростаючих сегментів світового фармацевтичного ринку. За прогнозами, у 2019 р. його обсяги будуть дорівнювати 57,3 млрд дол. США.

Головним призначенням ЛКЗ є лікування з одночасною естетичною корекцією шкіри, захист шкіри від негативного впливу зовнішнього середовища і профілактика дерматокосметичних захворювань (ДКЗ). Згідно із Законом України «Про лікарські засоби», ЛКЗ відносяться до лікарських препаратів, але при цьому вони мають певні відмінності від традиційних ЛЗ. Особливості цього класу фармацевтичної продукції вимагають використання адаптованих до її специфіки маркетингових інструментів і технологій просування для надання в АЗ належної фармацевтичної допомоги споживачам із дерматокосметичними проблемами (НФДСДКП).

Проблема також актуалізується внаслідок того, що сьогодні до 20% доходів аптечних мереж і багатьох аптек формується завдяки продажу саме цієї групи фармацевтичної продукції, що суттєво впливає на фінансове благополуччя суб'єктів роздрібного сегменту фармацевтичного ринку.

Проблемами дослідження особливостей ЛКЗ, їх класифікації, технологій розробки, просування і збуту в різні періоди займалися такі науковці: Башура О. Г., Баранова І.І., Бушуєва І. В., Громовик Б. П., Мнушко З. М., Лебединець В. О., Пестун І. В., Половко Н. П., Посилкіна О. В., Ткаченко С. Г., Козакова В. С., Котлярова В. Г. та ін. Але, незважаючи на певну кількість ґрунтовних досліджень, розробки щодо створення науково-практичних засад просування ЛКЗ з врахуванням специфіки цього виду фармацевтичної продукції до цього часу не проводилися.

Викладене обумовило актуальність теми дисертаційної роботи, визначило її мету, завдання і практичну доцільність.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, грантами.** Дисертаційна робота виконана згідно з планом науково-дослідних робіт Національного фармацевтичного університету («Формування соціально-орієнтованої інноваційно-логістичної моделі розвитку фармацевтичної галузі України» № державної реєстрації 0114И000361). Тему дисертації затверджено і уточнено на засіданнях вченої ради НФаУ (протоколи № 10 від 29.06.2016 р. та № 3 від 29.03.2019 р.).

**Мета і завдання дослідження.** Мета дисертаційної роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні, розробці і впровадженні науково-практичних підходів до просування ЛКЗ в АЗ для надання НФДСДКП, з одного боку, і підвищення рівня лояльності та довіри споживачів до цього виду фармацевтичної продукції, з іншого боку, що сприятиме покращенню фінансово-економічних показників діяльності аптек і збалансуванню їх соціальних та економічних функцій.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі завдання:

- проаналізувати і узагальнити дані наукових джерел щодо дефектів і патологічних станів шкіри та підходів до їх лікування та профілактики;
- дослідити нормативно-правову базу, яка регулює обіг ЛКЗ і косметичних засобів (КЗ) в Україні і країнах ЄС;
- здійснити порівняльну характеристику ЛЗ, ЛКЗ та КЗ і на цій основі удоско-

налити визначення категорії «лікарські косметичні засоби»;

- обґрунтувати методологічні принципи управління просуванням ЛКЗ в АЗ для надання НФДСДКП;

- проаналізувати стан і тенденції розвитку ринку засобів, призначених для вирішення дерматокосметичних проблем (ДКП), дослідити особливості формування асортименту ЛКЗ в АЗ в залежності від місця їх розташування;

- провести експертне опитування і визначити ключові індикатори діяльності АЗ різного типу, дослідити вплив наявності ЛКЗ в товарному асортименті (ТА) АЗ на фінансово-економічні показники їх діяльності;

- дослідити переваги споживачів при виборі ЛКЗ, побудувати узагальнений профіль споживача ЛКЗ;

- запропонувати алгоритм формування асортиментної стратегії щодо ЛКЗ в залежності від типу аптеки і розробити науково-практичні підходи до моделювання ключових індикаторів діяльності АЗ різного типу в залежності від обраної стратегії управління асортиментом ЛКЗ;

- розробити модель просвітницької діяльності щодо належного поведіння споживачів із ЛКЗ;

- обґрунтувати і опрацювати напрямки удосконалення процесу просування ЛКЗ в АЗ згідно з вимогами належної аптечної практики (GPP) для надання НФДСДКП, зокрема розробити проект відповідного стандарту;

- запропонувати методичні підходи до оцінки якості надання фармацевтичної допомоги споживачам із дерматокосметичними проблемами (ФДСДКП) в АЗ.

*Об'єктами дослідження* було обрано: ЛКЗ, які застосовуються для лікування та профілактики ДКП і естетичної корекції шкіри; діяльність АЗ, в асортименті яких наявні ЛКЗ; законодавча і нормативна база, яка регламентує обіг ЛЗ, ЛКЗ і КЗ; статистичні і звітні дані щодо стану і показників розвитку фармацевтичного ринку в Україні і світі; анкети для споживачів та експертів, які залучалися для дослідження особливостей обігу ЛКЗ і технологій та інструментів їх просування в АЗ.

*Предметом дослідження* стали методологія, методи, принципи, наукові підходи до управління просуванням ЛКЗ в АЗ з урахуванням специфіки цього виду фармацевтичної продукції; моделі і алгоритми формування оптимального асортименту ЛКЗ в АЗ різного типу; механізми і моделі просвітницької діяльності, спрямовані на формування відповідального поведіння споживачів із ЛКЗ; наукові підходи до регламентації процесу просування ЛКЗ в АЗ в умовах впровадження вимог GPP.

**Методи дослідження.** При виконанні дисертаційної роботи використані сучасні методи дослідження: *загальнонаукові*: (історичний, системний та логічний аналіз) для вивчення нормативних, аналітичних матеріалів, фахових вітчизняних та іноземних публікацій щодо дослідження дефектів і патологічних станів шкіри та підходів до їх лікування, класифікації ЛКЗ, аналізу особливостей регулювання їх обігу; *методи порівняльного, документального, структурно-функціонального та статистичного аналізу, соціологічні методи дослідження*, зокрема: метод анкетування споживачів ЛКЗ з метою виявлення їх переваг щодо вибору ЛКЗ, побудови профілю і визначення моделі їх поведінки; *метод експертних оцінок* для оцінки впливу наявності в асортиментному портфелі АЗ ЛКЗ на фінансово-економічні результати їх діяльності, обґрунтування ключових індикаторів діяльності для АЗ різного типу; *математико-статистичні методи* – для визначення достатньої кількості експертів, яка забезпечуватиме достовірність отриманих результатів; *методи дискримінантного аналізу*; *метод парних міжгрупових порівнянь з використанням критерія Манна-Уїтні*; *аналіз таблиць спряженості з використанням критерія  $\chi^2$  максимальної правдоподібності*;

*коефіцієнти кореляції Гамма; шкала Харрінгтона; критерій Пірсона; модулі Feature Selection and Variable Screening* для визначення можливих предикторів – факторів впливу на ключові індикатори діяльності АЗ, в асортиментні яких наявні ЛКЗ; *адитивні сплайнові моделі* для прогнозування ключових індикаторів діяльності АЗ в залежності від сформованого асортименту ЛКЗ. Математична обробка даних проводиться з використанням програмного забезпечення Microsoft Excel 2010 (Microsoft Inc.), Microsoft Visio 2010 (Microsoft Inc.), Statistica 10.0 (StatSoft Inc.).

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає в обґрунтуванні нових та поглибленні існуючих теоретичних і науково-практичних підходів, що спрямовані на розв’язування актуального наукового завдання – обґрунтування методологічних і методичних засад щодо удосконалення процесу просування ЛКЗ в АЗ з врахуванням вимог GPP з метою надання НФДСДКП.

*Уперше:*

- обґрунтовані методологічні принципи управління просуванням ЛКЗ для надання НФДСДКП в АЗ;
- досліджено значущість факторів, які впливають на формування асортименту ЛКЗ в АЗ, визначено й оцінено вплив наявності ЛКЗ в ТА АЗ різного типу на фінансово-економічні показники їх діяльності;
- запропоновано алгоритм формування асортиментної стратегії щодо ЛКЗ в залежності від типу аптеки, обґрунтовано ключові індикатори діяльності для АЗ різного типу і побудовано адитивні сплайнові моделі для їх прогнозування в залежності від обраної стратегії управління асортиментом ЛКЗ;
- запропоновано модель просвітницької діяльності для споживачів із ДКП і провізорів-косметологів;
- розроблені алгоритми консультаційного супроводу провізором – косметологом вибору споживачем ЛКЗ для догляду за шкірою та профілактики ДКП, а також в якості супутньої терапії при комплексному лікуванні ДКЗ;
- побудовано концептуальну модель просування ЛКЗ в АЗ для надання НФДСДКП, розроблено проект стандарту організації процесу просування ЛКЗ в АЗ згідно з вимогами GPP;
- запропоновано методичні підходи до оцінки якості надання ФДСДКП в АЗ.

*Удосконалено:*

- визначення категорії ЛКЗ і категоріальний апарат щодо управління асортиментом ЛКЗ в АЗ, методичні підходи до оцінки повноти, глибини і широти ЛКЗ в АЗ;
- науково-практичні підходи до викладки ЛКЗ в аптеках;
- ознаки сегментації споживачів із ДКП, які застосовують ЛКЗ.

*Набуло подальшого розвитку:* порівняльна характеристика ЛКЗ, ЛЗ і КЗ; дослідження головних рис, притаманних ринку ЛКЗ в Україні; характеристика профілю споживачів ЛКЗ; дослідження щодо зміни пріоритетів споживачів при виборі ЛКЗ; концепція відповідального самолікування хворих із ДКП; фахові компетентності провізорів-косметологів.

На методичні розробки «Методичні рекомендації щодо проведення маркетингового дослідження ринку засобів для лікування та профілактики дерматологічних проблем шкіри», «Методичні підходи до дослідження споживачів лікувально-косметичних засобів» отримані свідоцтва Державної служби інтелектуальної власності України про реєстрацію авторського права на твір відповідно № 76720 від 08.02.2018р. і № 76721 від 08.02.2018 р.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає в тому, що у сукупності вони створюють теоретичну й методичну основу для практичного удосконалення процесу

просування ЛКЗ в АЗ і надання НФДСДКП.

За результатами дисертаційного дослідження дисертантом підготовлені та впроваджені в діяльність АЗ, закладів вищої освіти (ЗВО) фармацевтичного (медичного) профілю методичні розробки:

– методичні рекомендації «Методичні рекомендації щодо проведення маркетингового дослідження ринку засобів для лікування та профілактики дерматологічних проблем шкіри» затверджені ПК «Фармація МОЗ та НАМН України (протокол № 102 від 19 квітня 2017 р.), погоджені Українським центром наукової медичної інформації та патентно-ліцензійної роботи МОЗ України, впроваджені в діяльність ТзОВ «Аптека Довіри» м. Львів; аптеки ФОП Дяченко В.В. Нововодолазького району Харківської обл.; аптеки № 195 м. Харкова; аптеки № 8 м. Києва; аптеки № 23 м. Києва; ТОВ «Аптека низьких цін» м. Львова; аптеки № 14 і «ПП «Демос» Харківського району Харківської обл.; аптеки № 7 м. Києва; аптеки № 19 м. Києва (акти впровадження відповідно від 18.02.2018 р., 10.10.2018 р., 18.10.2019 р., 21.05.2018 р., 28.01.2019 р., 07.02.2019 р., 12.02.2019 р., 20.02.2019 р., 11.03.2019 р., 20.03.2019 р.) та використовуються у навчальному процесі Тернопільського національного медичного університету імені І.Я. Горбачевського, Івано-Франківського національного медичного університету, Національного університету «Львівська політехніка», Української військово-медичної академії, Національної медичної академії післядипломної освіти імені П.Л. Шупика, Одеського національного медичного університету, Національного медичного університету імені О.О. Богомольця, Львівського Національного медичного університету імені Данила Галицького, Національного фармацевтичного університету (акти впровадження відповідно від 04.10.2018 р., 05.10.2018 р., 11.01.2019 р., 07.02.2019 р., 14.02.2019 р., 22.03.2019 р., 08.04.2019 р., 22.04.2019 р., 30.04.2019 р., 15.05.2019 р., 20.05.2019 р.);

– методичні рекомендації «Методичні підходи до дослідження споживачів лікувально-косметичних засобів» затверджені ПК «Фармація» МОЗ та НАМН України (протокол № 102 від 19 квітня 2017 р.), впроваджені в практичну діяльність аптеки №23 м. Києва; ТзОВ «Аптека Довіри», м. Львів; ТОВ «Аптека низьких цін Львів» аптека № 14; аптеки № 195 м. Харкова; аптеки №8 м. Києва; аптеки №7 м. Києва; аптеки № 19 м. Києва; аптеки №23 м. Києва (акти впровадження відповідно від 03.10.2018 р., 10.10.2018 р., 21.05.2018 р., 15.01.2019 р., 28.01.2019 р., 11.03.2019 р., 20.03.2019 р.) та використовуються у навчальному процесі Тернопільського національного медичного університету імені І.Я. Горбачевського, Івано-Франківського національного медичного університету, Національного університету «Львівська політехніка», Української військово-медичної академії, Національної медичної академії післядипломної освіти імені П.Л. Шупика, Одеського національного медичного університету, Національного медичного університету імені О.О. Богомольця, Львівського Національного медичного університету імені Данила Галицького, Національного фармацевтичного університету (акти впровадження відповідно від 04.10.2018 р., 07.11.2018 р., 11.01.2019 р., 16.01.2019 р., 14.02.2019 р., 20.03.2019 р., 08.04.2019 р., 22.04.2019 р., 30.04.2019 р., 15.05.2019 р., 20.05.2019 р.);

–методичні рекомендації «Методичні рекомендації щодо оптимізації асортименту лікарських косметичних засобів в аптечних закладах» затверджені ПК «Фармація МОЗ та НАМН України (протокол № 106 від 26 березня 2019 р.), впроваджені в практичну діяльність ТзОВ «Аптека Довіри», м. Львів; аптеки №8 м. Києва»; комунального підприємства «Муніципальна аптека» м. Харкова; аптеки № 23 м. Києва; ТОВ «Аптека низьких цін Львів» аптека № 14; аптеки № 19 м. Києва; аптеки №7 м. Києва; аптеки ФОП Ханіна Н.В. Харківського району, Харківської обл.; аптеки № 195 м. Харкова (акти впровадження відповідно від 23.01.2019 р., 28.01.2019 р., 29.01.2019 р., 07.02.2019 р., 12.02.2019 р., 25.02.2019 р., 11.03.2019 р., 10.04.2019 р., 13.05.2019 р.) та використовуються у навчальному процесі Тернопільського національного медичного університету

імені І. Я. Горбачевського, Національного університету «Львівська політехніка», Івано-Франківського національного медичного університету, Української військово-медичної академії, Національної медичної академії післядипломної освіти імені П.Л. Шупика, Одеського національного медичного університету, Національного медичного університету імені О.О. Богомольця, Львівського Національного медичного університету імені Данила Галицького, Національного фармацевтичного університету (акти впровадження відповідно від 21.11.2018 р., 10.01.2019 р., 22.01.2019 р., 12.02.2019 р., 14.02.2019 р., 14.02.2019 р., 08.04.2019 р., 24.04.2019 р., 15.05.2019 р., 30.05.2019 р., 31.05.2019 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є самостійною завершеною науковою працею, в якій здобувачеві належить вирішальна роль у визначенні мети дослідження, завдань для її досягнення, організації і проведенні експериментальних досліджень, обробці й інтерпретації результатів, узагальненні результатів досліджень і на їх основі обґрунтуванні наукових положень та висновків, що виносяться на захист.

Дисертантом особисто отримані такі результати: опрацьовані дані наукової літератури з досліджуваної проблеми; проаналізована нормативно-правова база, яка регламентує обіг ЛКЗ і КЗ в Україні і країнах ЄС; проведені дослідження стану і тенденцій розвитку ринку засобів для вирішення ДКП в Україні; розроблено і опрацьовано анкети; побудовані і опрацьовані моделі для прогнозування ключових індикаторів діяльності в АЗ різного типу в залежності від особливостей обраної стратегії управління асортиментом ЛКЗ; обґрунтовані і опрацьовані напрямки підвищення якості надання ФДСДКП в АЗ; розроблено проект Стандарту організації процесу просування ЛКЗ в АЗ для надання НФДСДКП.

Співавторами наукових праць є науковий керівник та науковці, спільно з якими проведені дослідження. У наукових працях, опублікованих у співавторстві, дисертантці належить фактичний матеріал і основний творчий доробок.

Співавторами наукових праць дисертантки захищені такі дисертації: Посилкіна О.В. «Інноваційно-інвестиційний розвиток фармацевтичного виробництва і проблеми його фінансового забезпечення», Харків, 2003; Котлярова В. Г. «Логістичний підхід в управлінні вхідними матеріальними потоками коксохімічних підприємств», Харків, 2012.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення дисертаційної роботи представлені на: VIII Національному з'їзді фармацевтів України «Фармація ХХІ: тенденції та перспективи» (Харків, 2016); міжнародній науково-практичній конференції «Маркетинг та логістика в системі менеджменту» (Львів, 2016); науково-практичних інтернет-конференціях з міжнародною участю: «Фармацевтична наука та практика: проблеми, досягнення, перспективи розвитку» (Харків, 2016); «Науково-технічний прогрес і оптимізація технологічних процесів створення лікарських препаратів» (Тернопіль, 2016); «Сучасні теоретичні та практичні аспекти клінічної медицини (для студентів та молодих вчених)» (Одеса, 2017); «Підготовка спеціалістів фармації в рамках концепції «Навчання протягом життя (life long learning)»: наука, освіта, практика» (Харків, 2017); міжнародних науково-практичних Internet-конференціях «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики» (Харків, 2016); «Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи» (Харків, 2017, 2018); науково-практичній конференції «Фармакоекономіка в Україні: стан та перспективи розвитку» (Харків, 2018); всеукраїнській конференції «Формування Національної лікарської політики за умов впровадження медичного страхування: питання освіти, теорії та практики» (Харків, 2017); міжнародних наукових конференціях «Advances of science: Proceedings of articles the international scientific conference» (Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 2019); «Science and society» (Hamilton, Canada, 2019).

**Публікації.** За матеріалами, отриманими у результаті дисертаційних досліджень, опубліковано 25 наукових праць, зокрема: 7 статей у наукових фахових виданнях, з них 6 – у наукових фахових виданнях України, 1 – у виданнях інших держав; 3 методичні рекомендації, 13 тез доповідей на з'їздах, симпозіумах, конференціях; одержано 2 авторських свідоцтва на твір.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація викладена на 359 сторінках машинописного тексту і складається зі вступу, 5 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Обсяг основного тексту 162 сторінки друкованого тексту. Робота проілюстрована 37 таблицями та 60 рисунками. Список використаних джерел містить 212 найменувань, з них 186 кирилицею та 26 латиницею.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

### **Теоретичні засади обігу лікарських косметичних засобів**

Дослідження наукових джерел з питань дефектів і патологічних станів шкіри дозволили виявити різноманітні підходи до класифікації дерматологічних захворювань (ДЗ). З метою чіткого окреслення сфери застосування ЛКЗ фахівцями кафедри управління та економіки підприємства НФаУ (за нашої участі) спільно із науковцями кафедри косметології та ароматології НФаУ запропоновано комбіновану класифікацію ДЗ, яка поєднує причини (фактори) виникнення дерматологічних проблем (екзогенні і ендогенні), характер захворювання (ДКЗ, дерматокосметична патологія) і засоби їх вирішення. Обґрунтовано, що ЛКЗ в головному повинні застосовуватися для догляду за шкірою, профілактики нездорових станів шкіри та у вигляді супутньої терапії при лікуванні дерматокосметичної патології для покращання медикаментозної терапії, послаблення симптомів захворювань та підвищення якості життя хворих.

Проведений аналіз чинної нормативно-правової бази, яка регламентує обіг ЛКЗ в Україні, дозволив визначити певну неузгодженість регуляторних норм, наведених в різних актах, і визначити головні напрямки її подальшого удосконалення.

З метою характеристики та подальшого удосконалення категорійного апарату, використовуюваного для визначення засобів, призначених для догляду за шкірою, профілактики та лікування дерматологічних проблем, проведена порівняльна характеристика ЛЗ, ЛКЗ та КЗ. Встановлено, що ЛКЗ, незважаючи на те, що здійснюють лікувальну дію на шкіру, за такими ознаками, як мета та предмет впливу, вид дії та низкою інших ознак відрізняються від ЛЗ. На підставі проведеного аналізу удосконалено визначення ЛКЗ і визначено їх як специфічний клас ЛЗ, інноваційних за формулою, речовиною чи технологією виробництва, які впливають на глибинні шари шкіри і забезпечують не тільки лікувальний, але й естетичний ефект.

Проаналізовані традиційні та сучасні маркетингові технології та інструменти просування фармацевтичної продукції, в т. ч. засобів для профілактики та лікування ДКП. Визначено, що сучасною філософією фармацевтичної практики є надання споживачам в АЗ належної фармацевтичної допомоги (ФД), але для її реалізації щодо споживачів з ДКП, які застосовують ЛКЗ, необхідна розробка та впровадження комплексу відповідних маркетингово-інформаційних, консультаційних і логістичних послуг (МКЛП).

### **Обґрунтування напрямків, загальної методики і методів дослідження**

Методологічну основу дисертації склали наукові роботи вітчизняних та іноземних фахівців, присвячені проблемам етіології і лікування ДКЗ, дослідженню класифікацій, обігу ЛКЗ, стану і тенденцій розвитку вітчизняного і світового ринків ЛКЗ,



аналізу маркетингових інструментів і технологій їх просування, а також чинна нормативно-правова база, за визначеними в дисертаційному дослідженні напрямками, статистичні та відомчі акти, офіційно опубліковані або розташовані на web-сайтах державних органів. Обґрунтовано, що об'єктивні процеси, які сьогодні відбуваються на світовому і вітчизняному фармацевтичному ринках, підвищення зацікавленості населення до використання ЛКЗ, з одного боку, й АЗ – до їх введення до ГА внаслідок високої маржинальності і обіговості, з іншого боку, а також розуміння всього спектру особливостей, притаманних саме цьому виду фармацевтичної продукції, обумовлюють необхідність удосконалення й подальшого розвитку технологій й інструментів їх просування. Означені наукові підходи визначили загальну методикою і послідовність виконання етапів дисертаційних досліджень (рис. 1).

Згідно з метою, завданнями і загальною методикою дисертаційної роботи обґрунтовані основні методи дисертаційного дослідження: загально-наукові, методи маркетингового аналізу, метод експертних оцінок, метод логістичної регресії, дисперсійний аналіз, непараметричний дисперсійний аналіз Краскала-Уолліса, побудова сплайнових моделей та ін. Для проведення низки маркетингових досліджень і визначення ключових індикаторів діяльності АЗ в залежності від місця їх розташування обґрунтована необхідна кількість експертів, обізнаних на питаннях фармацевтичного маркетингу, організації та економіки фармації і обігу ЛКЗ. Статистичний аналіз експертних оцінок проводили за допомогою програмного пакету Statistica 10.0, узгодження у ранжуванні оцінок експертів здійснювали на підставі коефіцієнта конкордації Кендала (W), статистичну значущість множинного зв'язку перевіряли за допомогою  $\chi^2$  критерія Пірсона. На основі методу узагальненої логістичної регресії розроблено математичну модель кількісної оцінки рівня компетентності експертів.

### **Дослідження стану і тенденцій розвитку ринку засобів для вирішення дерматокосметичних проблем**

Дослідження ринку засобів для вирішення ДКП в Україні показало, що його обсяги як в натуральному, так і у вартісному виразі постійно зростають. За прогнозами фахівців, до 2030 р. в Україні обсяг ринку ЛКЗ збільшиться у 10 разів. За цих умов особливої актуальності набуває проблема впровадження наукових підходів й інструментів для ефективного просування ЛКЗ в АЗ, зокрема використання МІКЛП.

Ринок ЛКЗ характеризується високим рівнем конкуренції, який, за висновками експертів, буде в подальшому зростати. Інтенсивна конкуренція спостерігається з боку товарів-субститутів, до яких відносяться ЛЗ та КЗ. Проведене дослідження споживачів з ДКП показало, що їх довіра до ЛЗ вища, ніж до ЛКЗ. Для зменшення рівня інтенсивності конкуренції з боку товарів-субститутів виробникам ЛКЗ і аптекам необхідно проводити активну просвітницьку діяльність щодо особливостей і переваг застосування в певних випадках саме ЛКЗ.

Експертне дослідження факторів, які повинні враховуватися при формуванні асортименту ЛКЗ в АЗ, показало, що до їх складу відносяться: місце розташування АЗ ( $X_1$ ); формат аптеки ( $X_2$ ); загальну стратегію АЗ ( $X_3$ ); ключові індикатори ефективності управління асортиментною стратегією ЛКЗ ( $X_4$ ); потреби цільової групи ( $X_5$ ); популярність ТМ ЛКЗ ( $X_6$ ); сезонність попиту на ЛКЗ ( $X_7$ ); умови постачання ЛКЗ ( $X_8$ ); можливий розмір торгових надбавок ( $X_9$ ); активність рекламної кампанії ( $X_{10}$ ). Встановлено, що, за висновками експертів, найбільш значущими факторами є: місце розташування АЗ; формат аптеки; загальна стратегія АЗ; ключові індикатори ефективності управління асортиментною стратегією ЛКЗ; потреби цільової групи споживачів; популярність ТМ ЛКЗ; сезонність попиту на ЛКЗ (рис. 2).

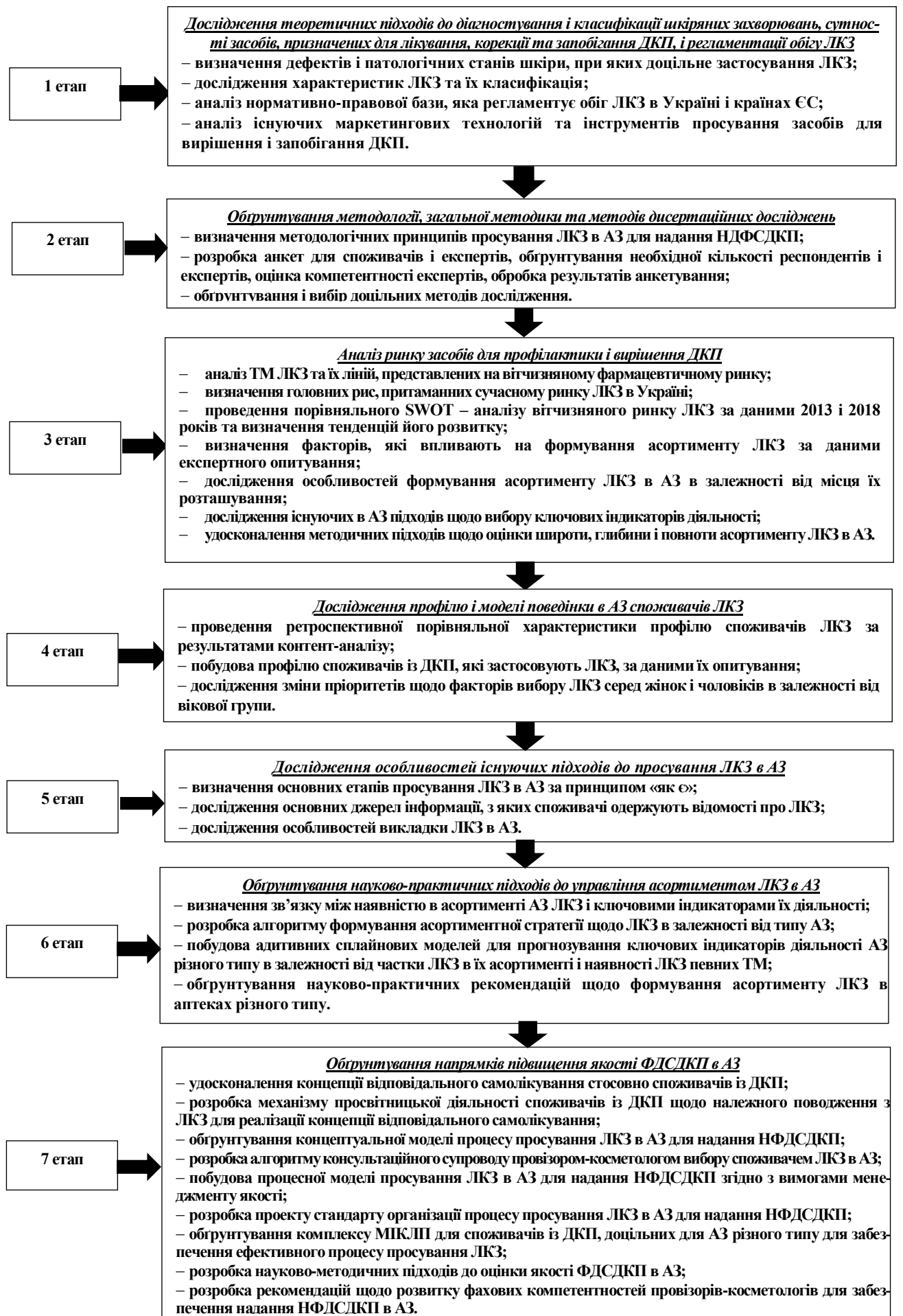


Рис. 1 Загальна методика і послідовність виконання етапів дисертаційних досліджень

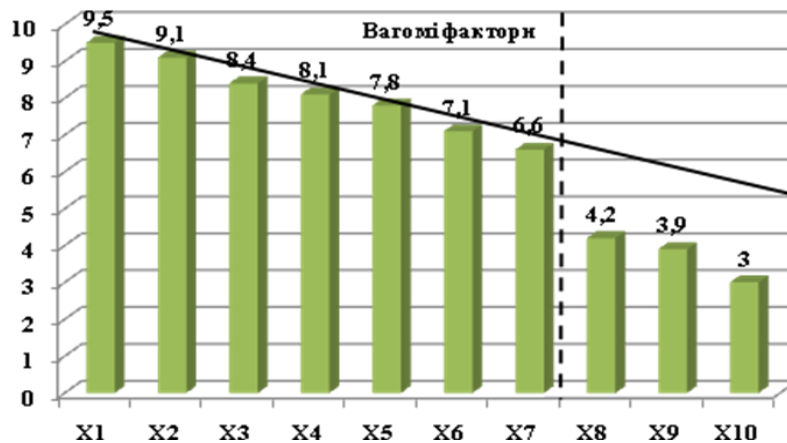


Рис. 2 Гістограма розподілу за значущістю факторів формування асортименту ЛКЗ в АЗ

Поряд з тим, проведені дослідження в аптеках Харкова, Києва, Запоріжжя показали, що на теперішній час при формуванні стратегії управління асортиментом ЛКЗ, як правило, не враховується тип АЗ (за місцем його розташування і форматом). Для врахування особливостей діяльності аптек в залежності від місця їх розташування та поведінки споживачів, які переважно відвідують певні АЗ, в дисертаційному дослідженні всі аптеки поділені на чотири типи: «прохідні» - ті, що розташовані у центрі міста на перетині шляхів; АЗ, що розташовані у супермаркетах; АЗ, що розташовані у спальних районах; «транзитні» АЗ - ті, що розташовані біля ринків та вокзалів.

Щодо інструментарію управління асортиментом ЛКЗ, то аналіз результатів експертного опитування показав наступне: сучасні наукові підходи до управління асортиментом ЛКЗ практично не застосовують 92% досліджуваних аптек; понад 70% досліджуваних АЗ не можуть чітко визначити стратегію управління асортиментом ЛКЗ, тобто вони здійснюють окремі заходи, які не завжди відповідають обраній стратегії; найчастіше застосовуваними інструментами управління асортиментом ЛКЗ в АЗ є: АВС-аналіз (33% досліджуваних АЗ), ХУЗ-аналіз (42% досліджуваних АЗ), досвід попередніх періодів (72% досліджуваних АЗ), двомірна модель АВС-ХУЗ (13% досліджуваних АЗ).

Дослідження показників, що характеризують асортимент ЛКЗ, яке проводилося в 164 аптеках різного типу, показало, що в АЗ відкритого формату асортимент ЛКЗ відрізняється більш високим рівнем широти, глибини та повноти, ніж в АЗ закритого формату; показники асортименту ЛКЗ у «прохідних» АЗ мають більш високе значення у порівнянні із тими, що розташовані у супермаркетах, і, відповідно, більш високі показники широти, глибини і повноти асортименту у порівнянні з «транзитними» і окремо розташованими аптеками у спальних районах (табл. 1).

Результати проведеного аналізу дозволяють зробити висновок, що під впливом дії низки факторів таких, як: особистісні характеристики споживачів, рівень доходів, етап життєвого циклу ЛКЗ, насиченість ринку, наявність товарів-субститутів та інші, портрет споживача ЛКЗ постійно змінюється. Визначення цих змін та своєчасне реагування на них є запорукою підвищення рівня задоволеності споживачів та стійкої динаміки зростання продажів ЛКЗ в АЗ. Проведене анкетування 516 споживачів з ДКП, які застосовують ЛКЗ, дозволило визначити їх головні характеристики і побудувати узагальнений портрет (табл. 2).

Проаналізовано існуючий процес просування ЛКЗ в АЗ, зроблено висновок про необхідність його удосконалення з метою надання в АЗ НФДСДКП.

Таблиця 1

## Показники асортименту ЛКЗ за групами досліджуваних АЗ за даними 2017 р.

Тип АЗ	Коефіцієнт широти асортименту ЛКЗ	Коефіцієнт глибини асортименту ЛКЗ	Коефіцієнт повноти асортименту ЛКЗ за ТМ											
			ТМ Vichy	ТМ Phyto	ТМ Lierac	ТМ Filorga	ТМ NUXE	ТМ Uriage	ТМ A-Derma	ТМ AVENE	ТМ RoC	ТМ La Roche-Posay	ТМ DeKAROLINE	
«Прохідні», в т.ч.														
- закритий формат	0,17	0,5	0,77	0,6	0,75	0,7	0,76	0,76	0,8	0,84	0,5	0,5	0,4	
- відкритий формат	0,91	1	0,92	0,7	0,86	0,75	0,8	0,9	0,88	0,9	0,88	0,76	0,67	
Розташовані у спаль- ному районі, в т.ч.														
- у супермаркеті, в т.ч.														
закритий формат	0,07	0,3	0,7	0,5	0,7	0,72	0,8	0,9	0,7	0,76	0,7	0,5	-	
відкритий формат	0,66	1	0,96	0,68	0,8	0,7	0,86	0,9	0,89	0,86	0,8	0,8	0,65	
Окремо розташовані, в т.ч.														
закритий формат	0,07	0,3	0,3	-	-	-	-	0,2	0,2	0,2	0,2	-	-	
відкритий формат	0,15	0,58	0,4	-	0,2	0,4	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	-	

Таблиця 2

## Узагальнений портрет споживача, що застосовує ЛКЗ

Особистісні характеристики	
Вік	30–35
Рід зайняття	Службовець, підприємець
Стать	Переважно жінки
Сімейний стан	Переважно заміжні
Освіта	Вища
Середній дохід, грн/міс.	Понад 5000
Стиль життя	Активний
Психологічні характеристики	
Тип споживацької поведінки	Сакральний
Найбільш важливі чинники при виборі ЛКЗ	Ефективність, ціна, популярність ТМ, безпечність, зручність; застосування, якість, дизайн пакування, інноваційність.
Перевага при виборі ЛКЗ	83% – ЛКЗ тільки зарубіжного виробництва; 1% – ЛКЗ тільки вітчизняного виробництва; 16% – країна – виробник значення немає.
Джерело первинної інформації	34% – консультація провізора-косметолога (провізора); 28% – реклама в місці продажу; 27% – порада друзів; 11% – консультація лікаря (косметолога).

## Науково-практичні підходи щодо удосконалення управління асортиментом лікарських косметичних засобів в аптеках

Проведені дослідження різних типів АЗ на наявність в їх ТА ЛКЗ показали, що ці засоби найбільш присутні в асортименті «прохідних» аптек, як відкритого, так і закритого форматів, а також в аптеках відкритого формату, розташованих у супермаркетах. Досліджено, що для всіх типів аптек включення ЛКЗ до асортименту позитивно впливає на основні фінансово-економічні показники їх діяльності (табл. 3). Цей вплив підтверджується для аптек, розташованих в супермаркетах, «прохідних» аптек та аптек, окремо розташованих у спальних районах. Для «транзитних» аптек статистично значущих змін щодо досліджуваних фінансово-економічних показників їх діяльності при включенні ЛКЗ до ТА доказати не вдалося, що пов'язано з тим, що більшість «транзитних» аптек не мають у своєму ТА ЛКЗ.

### Аналіз сили впливу на ключові фінансово-економічні показники діяльності АЗ наявності в їх ТА ЛКЗ

<b>«Прохідні» аптеки</b>										
	Вид аптеки=Прохідна Mann-Whitney U Test (data_30-06-2018(new)) By variable наявність ЛКЗ в ас-нті Marked tests are significant at p < .05000									
variable	Rank Sum так	Rank Sum ні	U	Z	p-value	Z adjusted	p-value	Valid N так	Valid N ні	2*1sided exact p
темп зростання (динаміка) обсягів продажів аптечного асортименту	2640,5000	1100,5000	280,5000	5,532519	0,000000	5,650387	0,000000	46	40	0,000000
рентабельність продажів аптечного асортименту	2837,0000	904,0000	84,0000	7,233834	0,000000	7,263740	0,000000	46	40	0,000000
темп зростання клієнтської бази	2536,5000	1204,5000	384,5000	4,632078	0,000004	4,715819	0,000002	46	40	0,000001
<b>Окремо розташовані у спальних районах</b>										
	Вид аптеки=СР - відокремлене Mann-Whitney U Test (data_30-06-2018(new)) By variable наявність ЛКЗ в ас-нті Marked tests are significant at p < .05000									
variable	Rank Sum так	Rank Sum ні	U	Z	p-value	Z adjusted	p-value	Valid N так	Valid N ні	2*1sided exact p
темп зростання (динаміка) обсягів продажів аптечного асортименту	220,00000	131,00000	11,00000	3,684895	0,000229	3,786589	0,000153	11	15	0,000050
рентабельність продажів аптечного асортименту	225,50000	125,50000	5,50000	3,970345	0,000072	4,011703	0,000060	11	15	0,000005
темп зростання клієнтської бази	229,00000	122,00000	2,00000	4,151994	0,000033	4,193782	0,000027	11	15	0,000001
<b>Аптеки, розташовані у супермаркетах</b>										
	Вид аптеки=супермаркет Mann-Whitney U Test (data_30-06-2018(new)) By variable наявність ЛКЗ в ас-нті Marked tests are significant at p < .05000									
variable	Rank Sum так	Rank Sum ні	U	Z	p-value	Z adjusted	p-value	Valid N так	Valid N ні	2*1sided exact p
темп зростання (динаміка) обсягів продажів аптечного асортименту	555,00000	6,000000	0,000000	2,786698	0,005325	2,835694	0,004573	30	3	0,000367
рентабельність продажів аптечного асортименту	553,00000	8,000000	2,000000	2,661453	0,007781	2,756857	0,005836	30	3	0,001466
темп зростання клієнтської бази	555,00000	6,000000	0,000000	2,786698	0,005325	2,821812	0,004776	30	3	0,000367

Вивчення кращого вітчизняного та зарубіжного досвіду показало, що при формуванні ефективної асортиментної стратегії щодо ЛКЗ в аптеках різного типу важливо враховувати не тільки особливості поведінки споживачів ЛКЗ й мотиви їх вибору, але і стратегічні пріоритети в діяльності аптек різного типу. Це обумовлює доцільність впровадження методології категорійного менеджменту для формування оптимального асортименту ЛКЗ, адекватного як до стратегічних пріоритетів діяльності певного типу аптек, так і з урахуванням моделей поведінки клієнтів, що відвідують ці аптеки.

З метою визначення ключових показників (індикаторів) діяльності, притаманних аптекам різного типу, нами було проведене експертне опитування 84 фахівців у сфері організації аптечної справи і фармацевтичного маркетингу. В результаті експертної оцінки були обрані шість із 10 попередньо відібраних індикаторів – ключових показників діяльності аптек різного типу: темпи зростання (динаміка) обсягів продаж; рентабельність продаж; зростання грошового потоку; укріплення фінансової стійкості АЗ; прискорення оборотності запасів; зростання клієнтської бази. Розподіл за значущістю ключових індикаторів діяльності для аптек різного типу, за результатами експертного опитування, наведений на рис. 3-5.

З метою удосконалення управління асортиментом ЛКЗ в аптеках різного типу нами був запропонований алгоритм формування асортиментної стратегії ЛКЗ (рис. 6). Як видно з рисунку, наведений алгоритм дозволяє враховувати як потреби споживачів з ДКП (на підставі побудови їх профілю і аналізу моделей поведінки), так і фінансово-економічні пріоритети діяльності АЗ різного типу.



Рис. 3 Розподіл, за результатами експертної оцінки, значущості ключових індикаторів діяльності «прохідних» аптек

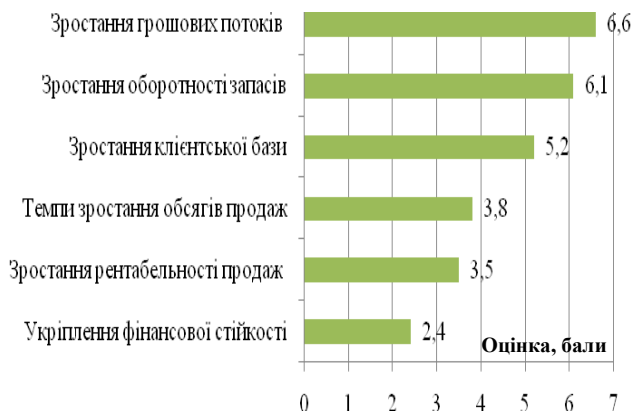


Рис. 4 Розподіл, за результатами експертної оцінки, значущості ключових індикаторів діяльності аптек, розташованих у супермаркетах

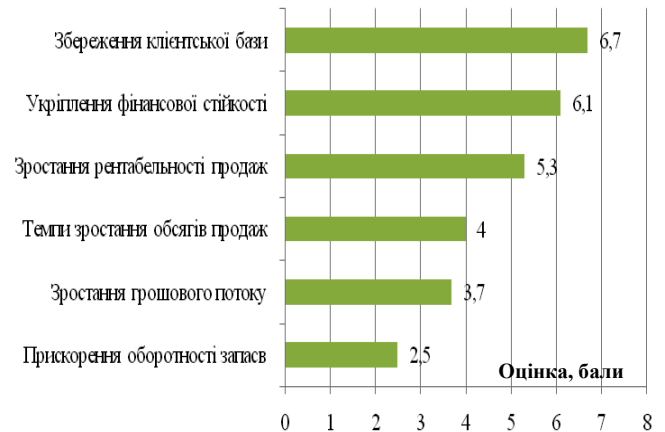


Рис. 5 Розподіл, за результатами експертної оцінки, значущості ключових індикаторів діяльності аптек, окремо розташованих у спальних районах

Для моделювання стратегії управління асортиментом ЛКЗ в АЗ різного типу за допомогою модуля Feature Selection and Variable Screening були розроблені адитивні сплайнові моделі. Приклад побудованої моделі для прогнозування рентабельності продаж в «прохідних» аптеках в залежності від обраної асортиментної стратегії наведений на рис. 7. Ця модель відображає залежність рентабельності продаж від 7-ми предикторів (факторів). Кожний із компонентів цієї моделі представляє собою числовий коефіцієнт, що відповідає певному значенню змінної, а складова  $SP_{MC}\%$  являє собою сплайн, що відображає вплив на рентабельність продаж таких показників, як: частка (%) ЛКЗ в ТА аптеки; формат аптеки (format); наявність в ТА аптеки ЛКЗ ТМ: «Weleda» ( $Weleda_{presence}$ ); «La RochePosy» ( $LaRochePosy_{presence}$ ); «A-Derma» ( $ADerma_{presence}$ ); «DeKAROLine» ( $DeKAROLine_{presence}$ ); «Lierac» ( $Lierac_{presence}$ ):

$$profitability = \exp \left[ \begin{array}{l} 2.612 + format + SP_{MC}\% + Weleda_{presence} + \\ - + LaRochePosy_{presence} + ADerma_{presence} + \\ + DeKAROLine_{presence} + Lierac_{presence} \end{array} \right] \cdot$$

За результатами проведених досліджень обґрунтовано рекомендації щодо напрямків оптимізації стратегії управління асортиментом ЛКЗ в АЗ різного типу в залежності від обраних ключових індикаторів їх діяльності (табл. 4).

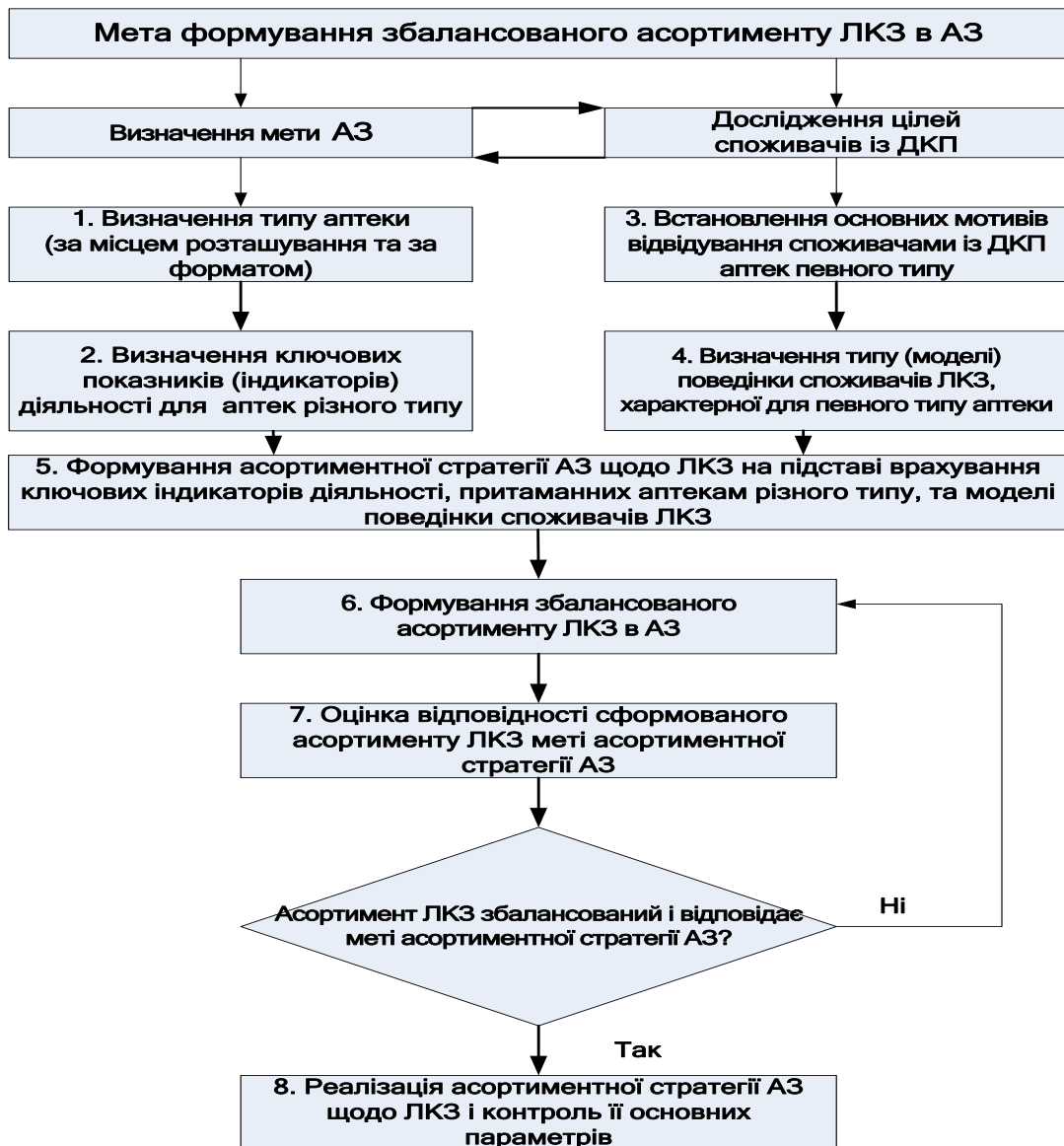


Рис. 6 Запропонований алгоритм формування асортиментної стратегії щодо ЛКЗ в залежності від типу аптеки

Summary statistics (data_30-06-2018(new))							
Response: рентабельність продажів аптечного асортименту							
Distribution: Normal; link function: Log							
Include condition: v4='Прохідна'							
	Final deviance	Residual df	Num. of obs	Outer iter num	Num. of smooths	Scale Estimate	R square *100 %
Statistic	229,0142	75,00426	86	6	31	3,053349	80,85259

Fit summary (data_30-06-2018(new))						
Response: рентабельність продажів аптечного асортименту						
Distribution: Normal; link function: Log						
Include condition: v4='Прохідна'						
	Variable index	Degr. of freedom	GAM coef.	Standard Error	Std. Score	Non-Linear p-value
Intcpt	0	1,000000	2,307283	0,033443	68,99152	
доля ЛКЗ в асортименті (%)	1	3,995740	0,040211	0,007361	5,46244	0,000030
Weleda (O)	2	1,000000	-0,163864	0,066137	-2,47766	
La Roche-Posay (TM)	3	1,000000	0,112172	0,039588	2,83347	
A-Derma (P)	4	1,000000	0,074052	0,034620	2,13901	
DeKARO Line (IT)	5	1,000000	0,051982	0,044810	1,16006	
Формат аптеки	6	1,000000	0,213020	0,043376	4,91101	
Lierac (P)	7	1,000000	0,049903	0,034963	1,42730	

Рис. 7 Основні параметри моделі залежності рентабельності продаж від факторних ознак для «прохідних» аптек

**Рекомендації щодо вибору пріоритетів при управлінні  
асортиментом ЛКЗ в АЗ різного типу**

		Тип АЗ								
		Ключові індикатори діяльності «прохідних» аптек			Ключові індикатори діяльності аптек, розташованих в супермаркетах			Ключові індикатори діяльності аптек, окремо розташованих в спальних районах		
Ключові індикатори діяльності АЗ	Характеристики асортименту ЛКЗ ←	Збільшення темпів зростання обсягів продаж аптечного асортименту	Підвищення рентабельності продаж аптечного асортименту	збільшення темпів зростання клієнтської бази	Збільшення темпів зростання обсягів продаж аптечного асортименту	Підвищення рентабельності продаж аптечного асортименту	збільшення темпів зростання клієнтської бази	Збільшення темпів зростання обсягів продаж аптечного асортименту	Підвищення рентабельності продаж аптечного асортименту	збільшення темпів зростання клієнтської бази
		2	1	3	1	2	3	2	3	1
<b>Пріоритети цілей</b>										
Наявність ЛКЗ ТМ	<i>Vichy</i>	+		+			+	+	+	
	<i>Uriage</i>			+				+		
	<i>La Roche-Posay</i>		+			+				
	<i>Avene</i>	+		+					+	
	<i>Lierac</i>		+	+				+		
	<i>NUXE</i>	+			+					
	<i>A-Derma</i>		+				+			
	<i>RoC</i>			+	+					
	<i>DeKARO Line</i>	⊘	+			+	+			
	<i>Filorga</i>	+				+			+	
<i>Weleda</i>		⊘	⊘				+			
<b>Кількість ТМ ЛКЗ в ТА</b>				≥ 4		≥ 7				4-5
<b>Частка ЛКЗ в ТА, %</b>		≥ 7,5	7-8		8	5		3		3

⊘ - рекомендовано;  
+ - не рекомендовано.

**Обґрунтування напрямків удосконалення процесу просування лікарських косметичних засобів в аптеках для надання належної фармацевтичної допомоги споживачам із дерматокосметичними проблемами**

Досліджено, що в останні десятиліття світом поширюється коло прихильників концепції ВООЗ щодо відповідального самолікування. Основні положення цієї концепції можуть використовуватися і при самолікуванні ДКЗ. Але, як вже зазначалося, ЛКЗ мають суттєві відмінності від ЛЗ, що обумовлює необхідність адаптації деяких положень концепції ВООЗ щодо відповідального самолікування хворих із ДКП. Визначені нами напрями реалізації концепції відповідального самолікування хворих із ДКП наведені на рис. 8. Доведено, що найважливішими складовими концепції відповідального самолікування для цього контингенту хворих є просвітницька діяльність щодо використання ЛКЗ і надання комплексу МКЛП для прийняття ними зваженого рішення про застосування, вибір і придбання ЛКЗ.

Для адаптації концепції відповідального самолікування для хворих з ДКП запропоновані науково-практичні підходи до організації просвітницької діяльності з метою формування у них належних поведінкових настанов, побудовано відповідну модель, охарактеризовані функції просвітницької діяльності для забезпечення ефективного просування ЛКЗ. Доведено, що задля підвищення адресності просвітницької діяльності необхідно



**Фактори, що викликають необхідність вдосконалення концепції відповідального самолікування стосовно хворих із ДКП**

**Інформаційне забезпечення впровадження концепції відповідального самолікування хворих із ДКП**

**Напрями вдосконалення концепції відповідального самолікування хворих із ДКП**



Рис. 8 Схема напрямів реалізації концепції відповідального самолікування хворих із ДКП

розробляти просвітницькі програми окремо для постійних та потенційних споживачів і для провізорів-косметологів.

Доведено, що з врахуванням особливостей ЛКЗ як товару, відмінностей у стратегічних орієнтирах діяльності АЗ різного типу і особливостей моделі поведінки споживачів ЛКЗ в АЗ різного типу, потрібна розробка і впровадження соціально-орієнтованої економічно-доцільної моделі процесу просування ЛКЗ для надання НФДСДКП в АЗ.

Побудовано концептуальну модель просування ЛКЗ в АЗ для надання НФДСДКП, розроблені алгоритми консультативного супроводу провізором-косметологом вибору ЛКЗ споживачем для догляду за шкірою та профілактики ДКП, а також при виборі ЛКЗ в якості супутньої терапії при комплексному лікуванні ДКЗ. З метою регламентації процесу просування ЛКЗ в АЗ і надання НФДСДКП розроблений проект відповідного стандарту, метою якого, з одного боку, є формування системи сприяння безпечності процесу самолікування хворих (споживачів) із ДКП, що передбачає належне їх інформування щодо особливостей підходів до вирішення ДКП, належний консультативний супровід і фармацевтичну опіку стосовно застосування певного ЛКЗ, з іншого боку, - забезпечення якості і ефективності процесу просування ЛКЗ в аптеках. Складовою стандарту є побудована згідно з вимогами менеджменту якості процесна модель просування ЛКЗ в АЗ для надання НФДСДКП і проведена декомпозиція її основних підпроцесів (рис. 9).

Для підвищення ефективності процесу просування ЛКЗ в АЗ і надання НФДСДКП удосконалено принципи викладки ЛКЗ, тобто загальні принципи викладки (ефективність, наочність, системність, достатність, сумісність) доповнені специфічними для викладки ЛКЗ принципами – за типом шкіри і за базовою інновацією.

Для діагностування стану надання ФДСДКП в АЗ та визначення резервів її покращання розроблені і опрацьовані методичні підходи до оцінки якості надання ФД, запропонований відповідний індикатор, оцінна шкала і визначені зони якісної оцінки.

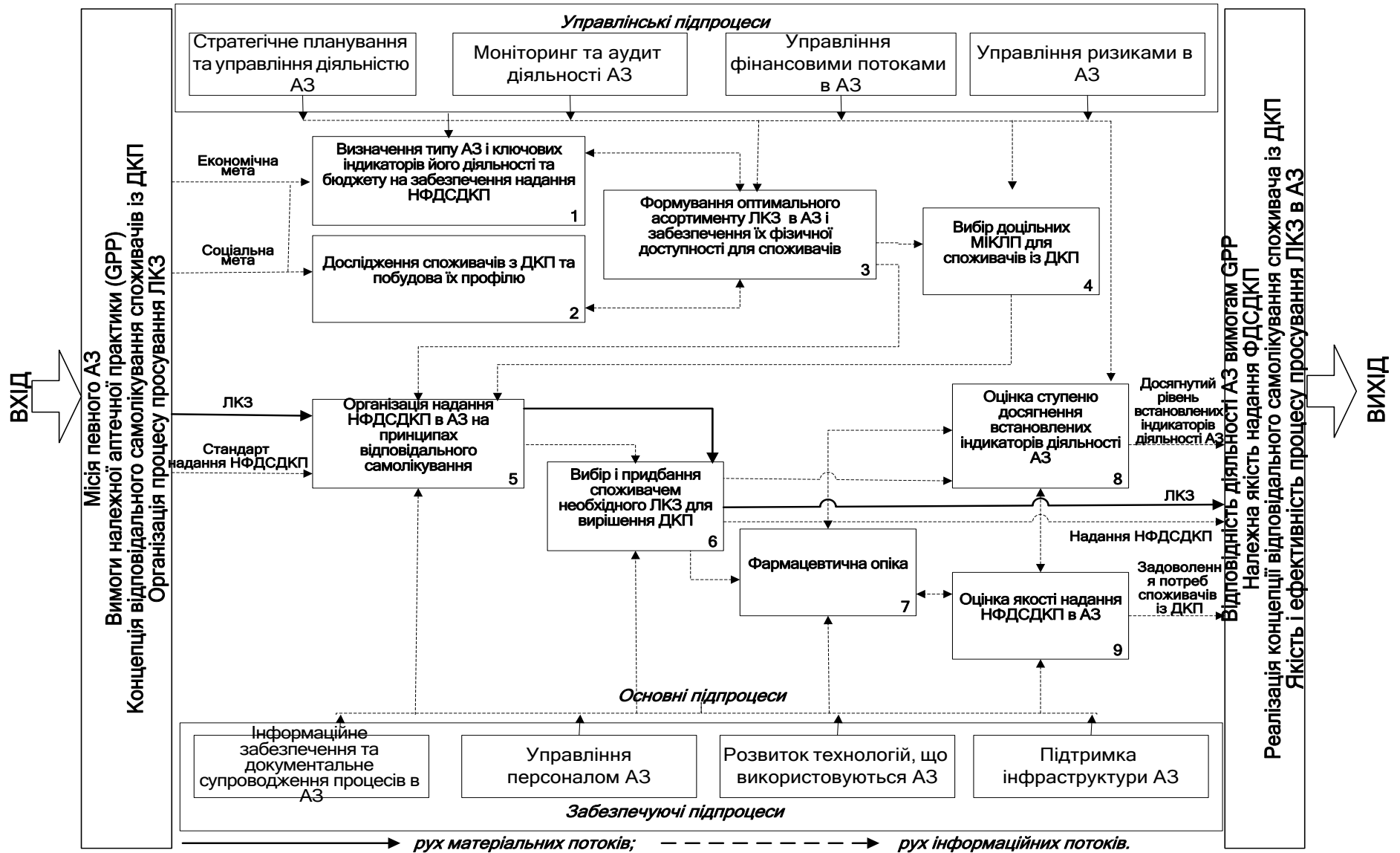
## ВИСНОВКИ

Дисертаційна робота присвячена вирішенню актуального наукового завдання – обґрунтуванню теоретико-методичних підходів до удосконалення процесу просування в АЗ ЛКЗ, які призначені одночасно для лікування і естетичної корекції дефектів шкіри, з метою надання НФДСДКП.

1. Проаналізовані дані наукової літератури з питань дерматологічних патологій і дефектів шкіри, що дозволило виявити існуючі підходи до класифікації шкіряних захворювань. Запропоновано (у співавторстві з кафедрою косметології і аромології НФаУ) комбіновану класифікацію ДКЗ, що дозволило розмежувати сфери застосування ЛЗ і ЛКЗ. Встановлено, що ЛКЗ переважно застосовуються для догляду за проблемною шкірою, профілактики ДКЗ, а також в якості супутньої терапії при лікуванні ДКЗ з метою покращання медикаментозної терапії, послаблення симптомів захворювання і підвищення якості життя хворих.

2. Проведена порівняльна характеристика ЛЗ, ЛКЗ і КЗ аптечного асортименту. Встановлено, що ЛКЗ, хоча і здійснюють фармакологічну дію на організм, але при цьому мають певні відмінності від ЛЗ за предметом і метою впливу, характером, механізмом і результатом дії та іншими ознаками. Також встановлено, що ЛКЗ завжди мають інноваційний (оригінальний) характер і їх виробництво, як правило, організовується на базі дослідницьких лабораторій. Досліджені існуючі класифікації ЛКЗ.

3. Проаналізована чинна нормативно-правова база, що регламентує обіг ЛКЗ в Україні та країнах ЄС. Визначено, що в нашій країні на цей час існує певна неузгодженість регуляторних норм щодо обігу ЛКЗ в різних нормативно-правових актах.



Умовні позначення: ЛКЗ - лікарський косметичний засіб; АЗ - аптечний заклад; ДКП - дерматокосметичні проблеми; МІКЛП - маркетингово-інформаційні, консультаційні та логістичні послуги; НФДСДКП - належна фармацевтична допомога споживачам із дерматокосметичними проблемами.

Рис. 9 Запропонована процесна модель просування ЛКЗ в АЗ для надання НФДСДКП

4. Проведені дослідження дозволили удосконалити визначення ЛКЗ і розглядати їх як особливий клас ЛЗ, інноваційних за формою, речовиною або технологією виробництва, які впливають на глибинні шари шкіри і забезпечують одночасно як лікувальний, так і косметичний ефект. Це обумовлює необхідність відповідального поводження споживачів із ЛКЗ для запобігання негативних наслідків у разі їх неправильного застосування.

5. Обґрунтовані методологічні принципи щодо управління просуванням ЛКЗ в АЗ в умовах їх переходу до вимог GPP і необхідності надання належної ФД споживачам.

6. Проведені дослідження стану і тенденцій розвитку ринку засобів для вирішення ДКП. Встановлено значний потенціал розвитку цього ринку і притаманну для нього горизонтальну продуктову диференціацію. Здійснено SWOT-аналіз ринку ЛКЗ в Україні, визначені його сильні і слабкі сторони, можливості і загрози. За допомогою кваліфікованих експертів досліджені фактори, які найбільш суттєво впливають на формування асортименту ЛКЗ в аптеках. Визначені найбільш застосовувані в АЗ інструменти управління асортиментом ЛКЗ.

7. З метою вдосконалення наукових підходів до управління асортиментом ЛКЗ в АЗ розширено існуючий категоріальний апарат і введено до наукового обігу такі категорії: асортиментна група ЛКЗ за типом інноваційності; асортиментна група ЛКЗ за типом шкіри; асортиментна підгрупа ЛКЗ за ТМ; асортиментна позиція ЛКЗ. На підставі запровадженого категоріального апарату проведено узагальнюючий аналіз асортименту ЛКЗ в досліджуваних аптеках.

8. Для визначення споживацьких переваг при виборі ЛКЗ досліджено еволюцію профілю споживачів із ДКП за період 2007-2018 рр. Визначено, що під впливом низки факторів, таких як: зростання рівня доходів, насиченість ринку ЛКЗ різними ТМ, наявність товарів-субститутів та ін., узагальнений портрет споживача ЛКЗ постійно змінюється. Встановлено, що за останні роки знизилася питома вага споживачів, які надають перевагу ЛКЗ вітчизняного виробництва.

9. На підставі використання критерія максимальної правдоподібності ( $ML\chi^2$ ) і критерія парних порівнянь Манна-Уїтні при довірчій вірогідності 95% доведено, що включення ЛКЗ до ТА чинить позитивний вплив на фінансово-економічні показники діяльності «прохідних» аптек, аптек, що розташовані у супермаркетах і окремо розташованих аптек у спальних районах. Для «транзитних» аптек статистично значущих змін щодо фінансово-економічних показників діяльності в залежності від наявності в їх асортименті ЛКЗ довести не вдалося.

10. За результатами проведеного експертного опитування фахівців з фармацевтичного маркетингу і організації фармацевтичної справи визначені ключові індикатори діяльності для аптек різного типу: «прохідних», розташованих у супермаркетах і окремо розташованих у спальних районах. Доведено, що в процесі оптимізації асортименту ЛКЗ в АЗ різного типу важливо враховувати не тільки особливості поведінки споживачів і попит, а також і ключові індикатори діяльності АЗ різного типу та впроваджувати методологію категорійного менеджменту. За допомогою модуля Feature Selection and Variable Scruning побудовані адитивні сплайнні моделі для прогнозування ключових індикаторів діяльності в аптеках різного типу в залежності від обраної стратегії управління асортиментом ЛКЗ. На підставі проведених розрахунків розроблені практичні рекомендації для аптек різного типу щодо формування збалансованого асортименту ЛКЗ.

11. З метою створення умов щодо компетентного поводження споживачів із ЛКЗ

розроблені науково-методичні підходи до адаптації концепції ВООЗ щодо відповідального самолікування стосовно хворих із ДКП. Показано, що одним із ефективних маркетингових інструментів просування ЛКЗ у світі є просвітницька діяльність. Розроблено концептуальну модель просвітницької діяльності споживачів, які застосовують ЛКЗ для профілактики та лікування ДКП.

12. Для забезпечення належного рівня надання ФДСДКП в умовах переходу вітчизняних АЗ до вимог GPP розроблено проект стандарту організації процесу просування ЛКЗ. Для практичної реалізації стандарту, згідно з вимогами менеджменту якості, побудована процесна модель організації процесу просування ЛКЗ в АЗ і здійснена її декомпозиція.

Обґрунтований перелік додаткових фахових компетентностей, якими повинен володіти провізор-косметолог для ефективного просування ЛКЗ в АЗ і надання НФСДКП.

13. Запропоновані методичні підходи до оцінки якості надання ФДСДКП в АЗ: розроблений відповідний алгоритм; обґрунтований перелік доцільних МКЛП для споживачів із ДКП в залежності від типу аптеки; запропонований індикатор оцінки рівня надання ФДСДКП і розроблена відповідна оцінна шкала.

14. Отримані в дисертаційному дослідженні результати та науково-методичні розробки покладено в основу трьох методичних рекомендацій, затверджених ПК «Фармація» МОЗ та НАМН України (одна з яких узгоджена в МОЗ України) і впроваджених у діяльність аптек, а також у навчально-науковий процес низки фармацевтичних та медичних ЗВО.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### Статті у наукових фахових виданнях

1. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Дослідження сутності і основних характеристик лікувально-косметичних засобів. Фармацевтичний журнал. 2016. №3-4. С. 21-28. (Особистий внесок – проведення аналізу літературних джерел щодо сутності ЛКЗ, узагальнення результатів досліджень, оформлення статті).

2. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Аналіз особливостей розвитку ринку лікувальної косметики в Україні. Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2016. № 4. С. 38-44. (Особистий внесок – проведення аналізу тенденцій, притаманних ринку лікувальної косметики у світі та в Україні, узагальнення результатів досліджень, підготовка до друку).

3. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Дослідження характеристик споживачів лікувальної косметики в Україні. ScienceRise. Pharmaceutical Science. 2016. № 4 (4). С. 53-60. (Особистий внесок – проведення ретроспективного аналізу профілю споживача лікувальної косметики, узагальнення результатів досліджень, оформлення статті).

4. Посылкина О. В., Котлярова В. Г., Чечотка Е. В. Совершенствование методических подходов к выкладке лечебно-косметических средств в аптеках. Рецепт. 2017. № 2. С. 230-239. (Особистий внесок – проведення аналізу літературних джерел щодо прийомів викладки фармацевтичної продукції в аптечних закладах, узагальнення результатів досліджень, підготовка до друку).

5. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Аналіз особливостей сегментації ринку засобів для вирішення дерматологічних проблем шкіри. Управління, економіка та забезпечення якості в фармації. 2017. № 4 (52). С. 77-81. (Особистий внесок – аналіз ха-

рактистик споживачів із дерматокосметичними проблемами з метою визначення сегментів ринку, узагальнення результатів досліджень, оформлення статті).

6. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Методичні підходи до позиціонування лікувально-косметичних засобів. Фармацевтичний часопис. 2017. № 4. С. 69-75. (Особистий внесок – проведення дослідження щодо відношення споживачів до ЛЗ, ЛКЗ, КЗ, узагальнення результатів досліджень, оформлення статті).

7. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Науково-методичні підходи до формування стратегії управління асортиментом лікарських косметичних засобів в аптечних закладах. Соціальна фармація. 2019. № 5. С. 61-68. (Особистий внесок – розробка алгоритму формування асортименту ЛКЗ в аптеках, узагальнення результатів досліджень, підготовка статті до друку).

#### Науково-методичні рекомендації

8. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Методичні рекомендації щодо проведення маркетингового дослідження ринку засобів для лікування та профілактики дерматологічних проблем шкіри : наук.-метод. рек. Харків : НФаУ, 2017. – 32 с. (Особистий внесок – обґрунтування наукових підходів щодо сегментації ринку засобів для вирішення дерматологічних проблем, узагальнення результатів).

9. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Методичні підходи до дослідження споживачів лікувально-косметичних засобів : наук.-метод. рек. Харків : НФаУ, 2017. 23 с. (Особистий внесок – дослідження характеристик споживачів ЛКЗ, узагальнення результатів, підготовка матеріалів до друку).

10. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Методичні рекомендації щодо оптимізації асортименту лікарських косметичних засобів в аптечних закладах : наук.-метод. рек. Харків : НФаУ, 2019. 31 с. (Особистий внесок – розробка анкети, участь в проведенні експертного опитування, обробка результатів і їх узагальнення, підготовка матеріалу до друку).

#### Авторські свідоцтва на твір

11. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Свідотство про авторське право на твір. Україна. № 76721. Методичні підходи до дослідження споживачів лікувально-косметичних засобів (дата реєстрації 08.02.2018).

12. Посилкіна О. В., Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Свідотство про авторське право на твір. Україна. № 76720. Методичні рекомендації щодо проведення маркетингового дослідження ринку засобів для лікування та профілактики дерматологічних проблем шкіри (дата реєстрації 08.02.2018).

#### Тези доповідей

13. Чечотка, О. В., Посилкіна О. В., Лісна А. Г. Маркетингові інструменти підвищення ефективності збуту лікувально-косметичних засобів в аптеках. Фармацевтична наука та практика : проблеми, досягнення, перспективи розвитку: матер. І наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, м. Харків, 24-25 берез. 2016 р. Харків, 2016. С. 226-227.

14. Посилкіна, О. В., Чечотка О. В., Котлярова В. Г. Актуальні аспекти регулювання обігу лікувально-косметичних засобів. Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: зб. наук. ст. IV Міжнар. наук.-практ. Internet-конф., м. Харків, 24-25 берез. 2016 р. Харків, 2016. С. 159–160.

15. Чечотка О. В., Котлярова В. Г. Дослідження зміни профілю споживачів лікувальної косметики. Науково-технічний прогрес і оптимізація технологічних процесів ство-

рення лікарських препаратів: матер. VI наук.-практ. конф. з міжнар. участю, м. Тернопіль, 10-11 листоп., 2016 р. Тернопіль, 2016. С. 284-285.

16. Чечотка О. В., Котлярова В. Г. Дослідження особливостей сприйняття лікувальної косметики українськими споживачами. Маркетинг та логістика в системі менеджменту: матер. XI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 3-5 листоп. 2016 р. Львів, 2016. С. 127-128.

17. Чечотка О. В., Котлярова В. Г. Формування наукових підходів до позиціонування лікувально-косметичних засобів. Фармація XXI : тенденції та перспективи: матеріали VIII Національного з'їзду фармацевтів України, м. Харків, 13-16 верес. 2016 р. Харків, 2016. С. 467.

18. Чечотка, О. В., Котлярова В. Г. Аналіз правомірності реалізації засобів лікувальної косметики через мережу Internet. Сучасні теоретичні та практичні аспекти клінічної медицини (для студентів та молодих вчених) : наук.-практ. конф. з міжнар. участю, присвяч. 100-річчю з дня народж. І. Г. Герцена, м. Одеса, 27-28 квіт. 2017 р. Одеса, 2017. С. 18.

19. Чечотка, О. В., Котлярова В. Г. Дослідження правил викладки лікувально-косметичних засобів у аптечних закладах України. Формування Національної лікарської політики за умов впровадження медичного страхування: питання освіти, теорії та практики : матер. IV Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 15 берез. 2017 р. Харків, 2017. С. 243–244.

20. Чечотка, О. В., Котлярова В. Г. Оцінка рівня обслуговування в аптечних закладах споживачів, які мають проблеми зі шкірою. Підготовка спеціалістів фармації в рамках концепції «Навчання протягом життя (life long learning)»: наука, освіта, практика : матер. I наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, м. Харків, 16-17 трав. 2017 р. Харків, 2017. С. 218-222.

21. Котлярова В. Г., Чечотка Е. В. Исследование особенностей рынка лечебной косметики в Украине. Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи : матер. III міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 25-28 квіт. 2017 р. Харків, 2017. С. 190-191.

22. Котлярова, В. Г., Чечотка, О. В. Використання прямих продажів лікувально-косметичних засобів. Соціальна фармація : стан, проблеми та перспективи: матер. IV міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 24-25 квіт. 2018 р. Харків, 2018. С. 187-188.

23. Посилкіна, О. В. Чечотка, О. В. Дослідження складу маркетингових комунікацій для просування засобів лікувальної косметики. Фармакоекономіка в Україні: стан та перспективи розвитку : матер. X наук.-практ. конф., м. Харків, 21 трав. 2018 р., X. : Вид-во НФаУ, 2018. С. 105-107.

24. Котлярова В. Г., Чечотка О. В. Обґрунтування концепції відповідального самолікування щодо дерматологічних проблем шкіри. Advances of science: Proceedings of articles the international scientific conference. Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 22 February 2019. Czech Republic, Karlovy Vary – Ukraine, Kyiv, 2019. С. 75-82.

25. Котлярова, В. Г., Чечотка, О. В. Науково-методичні підходи до побудови моделі просвітницької діяльності щодо поводження з лікарськими косметичними засобами. Science and society. Proceedings of the 12th International conference. Accent Graphics Communications & Publishing. Hamilton, Canada, 7 June 2019. Hamilton, Canada, 2019. С. 178-187.

## АНОТАЦІЯ

**Чечотка О.В. Науково-практичні засади удосконалення процесу просування лікарських косметичних засобів в аптеках для надання належної фармацевтичної допомоги.** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата фармацевтичних наук за спеціальністю 15.00.01 – «Технологія ліків, організація фармацевтичної справи і судова фармація». – Національний фармацевтичний університет, МОЗ України, Харків, 2019 р.

Проаналізовані наукові джерела з питань дефектів і патологічних станів шкіри, що дозволило виявити існуючі підходи до класифікації шкіряних захворювань. Запропоновано комбіновану класифікацію дерматологічних захворювань, що дозволило розмежувати сфери застосування ЛЗ і ЛКЗ. Проаналізована чинна нормативно-правова база, яка регламентує обіг ЛКЗ в Україні і в країнах ЄС. Обґрунтовані основні методологічні принципи, які повинні бути покладені в основу управління просуванням ЛКЗ для збалансування економічних і соціальних функцій АЗ. Для визначення напрямків удосконалення стратегії управління асортиментом ЛКЗ в АЗ досліджено вплив наявності в ТА аптек ЛКЗ на фінансово-економічні показники їх діяльності. Для удосконалення алгоритму формування асортиментної стратегії щодо ЛКЗ в аптеках різного типу досліджено моделі поведінки споживачів, які відвідують ці аптеки. За допомогою модуля Feature selection and variable screening побудовані адитивні сплайнові моделі для прогнозування ключових індикаторів діяльності для аптек різного типу в залежності від обраної стратегії формування асортименту ЛКЗ. За допомогою побудованих моделей розроблені практичні рекомендації для аптек різного типу щодо пріоритетів формування асортименту ЛКЗ.

Розроблено проект Стандарту організації просування ЛКЗ в АЗ для надання НФДСДКП. Запропоновані методичні підходи до оцінки якості надання ФДСДКП в АЗ.

**Ключові слова:** лікарські косметичні засоби; аптечні заклади; маркетингові інструменти, процес просування; товарний асортимент; модель поведінки споживачів; ключові індикатори діяльності аптек; просвітницька діяльність; процесна модель; належна фармацевтична допомога споживачам із дерматокосметичними проблемами.

## АННОТАЦИЯ

**Чечотка А.В. Научно-практические основы усовершенствования процесса продвижения лекарственных косметических средств в аптеках для предоставления надлежащей фармацевтической помощи.** - Квалификационная научная работа на правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата фармацевтических наук по специальности 15.00.01 - «Технология лекарств, организация фармацевтического дела и судебная фармация». - Национальный фармацевтический университет, МОЗ Украины, Харьков, 2019.

Проанализированы научные источники по вопросам дефектов и патологических состояний кожи, что позволило выявить существующие подходы к классификации кожных заболеваний. Предложена комбинированная классификация дерматологических заболеваний, что позволило разграничить сферы применения лекарственных средств (ЛС) и лекарственных косметических средств (ЛКС). Проанализирована действующая нормативно-правовая база, которая регламентирует обращение



ЛКС в Украине и странах ЕС. Обоснованы основные методологические принципы, которые должны быть положены в основу управления продвижением ЛКС для сбалансирования экономических и социальных функций аптек. С целью определения направлений совершенствования стратегии управления ассортиментом ЛКС исследовано влияние наличия в ТА аптеки ЛКС на финансово-экономические показатели их деятельности. Для усовершенствования алгоритма формирования ассортиментной стратегии относительно ЛКС в аптеках различного типа исследованы модели поведения потребителей, посещающих эти аптеки. С помощью модуля Feature selection and variable screening построены аддитивные сплайновые модели для прогнозирования ключевых индикаторов деятельности для аптек разного типа в зависимости от выбранной стратегии формирования ассортимента ЛКС. С помощью построенных моделей разработаны практические рекомендации для аптек разного типа относительно приоритетов формирования ассортимента ЛКС.

Разработан проект стандарта организации процесса продвижения ЛКС в аптеках для предоставления надлежащей фармацевтической помощи потребителям с дерматокосметическими проблемами (НФППДКП). Предложены методические подходы по оценке качества предоставления ФППДКП в аптеках.

**Ключевые слова:** лекарственные косметические средства; аптечные учреждения; маркетинговые инструменты, процесс продвижения; товарный ассортимент; модель поведения потребителей; ключевые индикаторы деятельности аптек; просветительская деятельность; процессная модель; надлежащая фармацевтическая помощь потребителям с дерматокосметическими проблемами.

## SUMMARY

**Chechotka O.V. Scientific and practical approaches for improving the process of promoting medicinal cosmetic products in pharmacies to provide good pharmaceutical care.** – Qualified scientific work as a manuscript.

The thesis for a candidate of pharmaceutical science degree in speciality 15.00.01 «Drug technology, Pharmacy organization and Judicial Pharmacy». – National University of Pharmacy, Ministry of Health of Ukraine, Kharkov, 2019.

Scientific sources on defects and pathological conditions of the skin were analyzed, which revealed the existing approaches to the classification of skin diseases. A combined classification of dermatological diseases was proposed, which made it possible to differentiate the fields of application of medicinal products and medicinal cosmetic products. Comparative characteristics of medicinal products, medicinal cosmetic products and cosmetics are conducted. It is proved that along with the fact that medicinal cosmetic products, as well as medicinal products, which have pharmacological action, they have certain differences from the latter in terms of their subject and purpose of influence, nature, result and mechanism of action and other features. In addition, medicinal cosmetic products are always innovative (original), and their production is usually organized on the basis of research laboratories. Existing classifications of medicinal cosmetic products have been investigated.

The state and tendencies of development of the medicinal cosmetic products market were investigated, which allowed determining the significant potential of its development, the inherent differentiation of products and high level of competition. Based on the SWOT analysis of the medicinal cosmetic products market in Ukraine, its strengths and weaknesses are characterized.

The evolution of the consumer profile was investigated to determine consumer preferences when choosing medicinal cosmetic products. It is determined that under the influence of a number of factors, such as: level of income, stage of the family life cycle, saturation of the medicinal

cosmetic products market, availability of goods - substitutes, the consumer portrait is constantly changing. With the help of qualified experts, the factors that mainly influence the formation of the medicinal cosmetic products assortment in pharmacies are identified: location of the pharmacies; the needs of the target consumer group; the popularity of medicinal cosmetic products trademark; overall strategy for the development of the pharmacies; key indicators of the effectiveness of management of the pharmacies; seasonality of demand for medicinal cosmetic products. The tools of management of medicinal cosmetic products in pharmacies, among which the most used ones are the following: ABC – analysis (33% of the investigated pharmacies); XYZ – analysis (42% pharmacies); two-dimensional model ABC – XYZ (13% pharmacies).

The existing legislative framework regulating the circulation of medicinal cosmetic products in Ukraine and EU countries is analyzed. The basic methodological foundations that should be the basis for managing the promotion of medicinal cosmetic products in order to balance the economic and social functions of the pharmacies are substantiated. In order to determine the directions of improving the strategy of managing medicinal cosmetic products assortment in pharmacies, the influence of the presence of the medicinal cosmetic products in pharmacies on the financial and economic indicators of their activity was investigated. In order to improve the algorithm of forming an assortment strategy for medicinal cosmetic products in pharmacies of various types, the models of behavior of consumers who visit these pharmacies have been investigated. With the module Feature selection and variable screening, additive spline models are built to predict key activity indicators for pharmacies of different types, depending on the chosen strategy of forming the medicinal cosmetic products assortment. With the help of the built models, practical recommendations for pharmacies of different types regarding the priorities of forming the assortment of medicinal cosmetic products were developed.

It has been established that one of the effective marketing tools for promoting of medicinal cosmetic products in the world is education. Studies have shown that 57% of people who have dermatocosmetic problems have a misconception of medicinal cosmetic products. Therefore, the thesis defines the principles, functions, directions of educational activity and proposes a model of management of educational activity for consumers with dermatological diseases. The essence of the concept of «appropriate pharmaceutical care to consumers with dermatocosmetic problems» in pharmacies and the conceptual model of the process of promotion of medicinal cosmetic products in pharmacies is proposed. It is established that the main functions of this model are the formation of the optimal medicinal cosmetic products assortment for a certain type of pharmacies; ensuring the physical availability of a certain pharmacies; ensuring the physical availability of the medicinal cosmetic products of a certain assortment; provision of appropriate marketing, information, consulting and logistical services and consumer education activities for dermatocosmetic problems consumers to provide good pharmaceutical care to consumers with dermatocosmetic problems. Algorithms for consulting support by a cosmetologist- pharmacist of choice of the consumer of medicinal cosmetic products for skin care and prevention of dermatological diseases and in the application of medicinal cosmetic products in complex treatment of dermatological diseases have been developed.

A project Standard for organizing the process of promotion of medicinal cosmetic products in the pharmacies to provide good pharmaceutical care to consumers with dermatocosmetic problems has been developed. Methodical approaches to the quality assessment of good pharmaceutical care to consumers with dermatocosmetic problems have been developed.

**Key words:** medicinal cosmetic products; pharmacies; marketing tools, promotion process; product assortment; model of consumer behavior; key indicators of pharmacy activity; educational activity; process model; good pharmaceutical care to consumers with dermatocosmetic problems.

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

АЗ	– аптечні заклади;
ВООЗ	– Всесвітня організація охорони здоров'я;
ДКЗ	– дерматокосметичні захворювання;
ДКП	– дерматокосметичні проблеми;
ЗМІ	– засоби масової інформації;
ЗВО	– заклади вищої освіти;
ЄС	– європейський союз;
ЕС	– европейский союз;
КЗ	– косметичні засоби;
ЛКЗ	– лікарські косметичні засоби;
ЛКС	– лекарственные косметические средства;
ЛЗ	– лікарські засоби;
ЛС	– лекарственные средства;
МКЛП	– маркетингово-інформаційні, консультаційні та логістичні послуги;
МОЗ	– міністерство охорони здоров'я;
НФаУ	– Національний фармацевтичний університет;
НФДСДКП	– належна фармацевтична допомога споживачам із дерматокосметичними проблемами;
НФПДКП	– надлежащая фармацевтическая помощь потребителям с дерматокосметическими проблемами;
ПП	– просвітницькі програми;
ТА	– товарний асортимент;
ТМ	– торгова марка;
ФД	– фармацевтична допомога;
ФО	– фармацевтична опіка;
ФДСДКП	– фармацевтична допомога споживачам із дерматокосметичними проблемами;
ФПДКП	– фармацевтическая помощь потребителям с дерматокосметическими проблемами.