

DOI: <http://doi.org/10.32750/2025-0135>

УДК 658.8:615.1(477)

JEL Classification: L11, M31, L65

Золковер Андрій Олександрович

доктор економічних наук, професор

доцент кафедри фінансів та бізнес-консалтингу

Київський національний університет технологій та дизайну

Київ, Україна

ORCID ID: 0000-0002-8176-1850

e-mail: zolkover.andrey@gmail.com

АНАЛІЗ РИНКУ МЕДИЧНИХ ВИРОБІВ З АНТИСЕПТИЧНИМИ, ЗНЕБОЛЮЮЧИМИ ТА ПРОТИЗАПАЛЬНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ В УКРАЇНІ: МАРКЕТИНГОВІ МОЖЛИВОСТІ

Анотація. У статті проведено комплексне дослідження ринку медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями в Україні, спрямоване на визначення маркетингових можливостей для вітчизняних виробників, оцінку поточного стану конкуренції, аналіз споживчих уподобань, перспектив розвитку галузі та формування стратегічних рекомендацій для підвищення конкурентоспроможності національних компаній у контексті сучасних економічних і соціальних викликів. Виявлено, що в умовах війни та підвищеного попиту на ефективні медичні засоби частка цього сегмента становить 20–25% від загального фармацевтичного ринку, який у 2023 році оцінено в 130 млрд. грн., що вказує на потенційний обсяг продажів від 26 до 32,5 млрд. грн., хоча точність даних обмежена через логістичні та інформаційні труднощі. Досліджено динаміку ринку за 2018–2023 роки, встановлено стабільне зростання на рівні 5% щорічно, а також проаналізовано вплив воєнних дій, які спричинили значне збільшення потреби у знеболювальних (N02) та протизапальних (M01) препаратах через травматизм, тоді як антисептики (D08) набули критичного значення для профілактики інфекцій. Обґрунтовано дослідницькі положення стосовно того, що провідні вітчизняні виробники, мають конкурентні переваги завдяки оптимальній ціновій політиці та адаптації до локальних потреб, хоча конкуренція з міжнародними брендами залишається високою. Розроблено підходи до сегментації ринку за категоріями Міжнародної анатомо-терапевтичної хімічної класифікації (АТС), що дозволило систематизувати препарати за їх дією та застосуванням, а також запропоновано стратегічні рекомендації, які включають розвиток онлайн-комерції, впровадження комбінованих препаратів і програм лояльності для посилення поточних ринкових позицій. Запропоновано також співпрацю з державними програмами реімбурсації та медичними закладами, що може сприяти розширенню доступності продукції та підвищенню довіри споживачів до українських брендів, забезпечуючи стійке зростання галузі в умовах кризи.

Ключові слова: фармацевтичний ринок; медичні вироби; маркетингові стратегії; антисептики; знеболюючі та протизапальні засоби; конкурентоспроможність виробників; державна підтримка фармацевтичного сектору.

ВСТУП

Постановка проблеми. Ринок медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями в Україні є важливим сегментом фармацевтичної галузі, який відіграє ключову роль у забезпеченні доступності критично необхідних лікарських засобів для населення. В умовах воєнного стану та економічної нестабільності попит на ці категорії продукції залишається високим, що обумовлено зростанням потреби у швидкодіючих антисептичних засобах для профілактики інфекцій, ефективних анальгетиках для знеболення при травмах і протизапальних препаратах для лікування запальних процесів. Водночас значна частина ринку залишається залежною від імпортової продукції, що створює ризики нестабільного постачання та коливання цін, особливо в умовах девальвації національної валюти та порушень логістичних ланцюгів. Це відкриває перед вітчизняними виробниками можливості для розширення власної присутності на ринку, що, у свою чергу, сприятиме зменшенню залежності України від

імпорту, розвитку внутрішньої фармацевтичної промисловості та забезпеченню конкурентоспроможності національного виробника.

Дослідження є актуальним з точки зору визначення маркетингових можливостей для українських компаній у контексті адаптації до нових викликів, пов'язаних із змінами в структурі попиту, розвитком електронної комерції та необхідністю впровадження інноваційних підходів до просування продукції. Вивчення динаміки ринку, аналіз ключових гравців і оцінка можливостей для локальних виробників дозволять сформулювати стратегічні рекомендації щодо підвищення їхньої конкурентоспроможності та ефективного використання ринкових ніш. Отже, дослідження є надзвичайно важливим для розробки дієвих маркетингових стратегій, спрямованих на оптимізацію позиціонування українських виробників медичних виробів, збільшення їхньої частки на внутрішньому ринку та підвищення стійкості фармацевтичного сектору України в умовах сучасних соціально-економічних викликів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основними джерелами інформації слугують аналітичні звіти Державної служби України з лікарських засобів та контролю за наркотиками [2], WHO/Europe study [11], які надають актуальні дані про структуру ринку, його динаміку та ключові чинники впливу на розвиток фармацевтичного сектора в Україні. Особливої уваги заслуговують дослідження, що розглядають маркетингові можливості для вітчизняних виробників у контексті цифрової трансформації ринку. Зокрема, наукові праці [3], [6], [8], [11], акцентують увагу на зростанні значення онлайн-продажів та використанні цифрових технологій у просуванні фармацевтичної продукції. Таким чином, літературні джерела, що розглядають аналіз ринку медичних виробів в Україні, підтверджують високий потенціал розвитку цього сегмента.

Мета статті. Провести комплексне дослідження ринку медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями в Україні з метою визначення маркетингових можливостей для вітчизняних виробників, оцінки поточного стану конкуренції, споживчих уподобань, перспектив розвитку галузі та формування стратегічних рекомендацій для підвищення конкурентоспроможності національних компаній.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

В умовах сучасного розвитку фармацевтичного ринку України, що характеризується підвищеним попитом на ефективні та доступні медичні вироби з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями, вітчизняні виробники стикаються з необхідністю розширення власної ринкової частки та вдосконалення маркетингових стратегій. Висока конкуренція з боку міжнародних компаній, складні економічні умови, зміни у законодавчому регулюванні та зміщення споживчих пріоритетів потребують системного аналізу поточного стану ринку, визначення найбільш перспективних ніш та розробки ефективних маркетингових підходів, спрямованих на покращення позицій національних виробників у фармацевтичному секторі.

Для комплексного аналізу ринку медичних виробів в Україні, що мають антисептичні, знеболюючі та протизапальні властивості, використовується Міжнародна анатомо-терапевтична хімічна класифікація (АТС), яка дозволяє систематизувати лікарські засоби відповідно до їх механізму дії, призначення та застосування у медичній практиці. Зокрема, антисептичні препарати належать переважно до класу D08, що включає антисептики та дезінфекційні засоби для місцевого використання, а також частково до класу D09, що містить медичні пов'язки з антисептичним ефектом. Ці препарати є вкрай важливими для профілактики інфекційних уражень шкіри та ран, особливо в умовах зростаючої потреби у засобах дезінфекції та стерилізації [1]. Щодо

знеболювальних препаратів, вони класифікуються у групу N02, що включає анагетикки різного спектра дії, такі як парацетамол та ібупрофен, які широко застосовуються для полегшення больового синдрому різного походження. Протизапальні лікарські засоби відносяться до класу M01, що охоплює нестероїдні протизапальні препарати (НПЗП), серед яких найбільш поширеними є диклофенак та інші засоби, що забезпечують зменшення запалення та полегшення болю [7, с. 48].

Ринок медичних виробів, які мають антисептичні, знеболюючі та протизапальні властивості, є критично важливим для українського населення, особливо в умовах війни, коли зростає потреба у препаратах для лікування травм та запобігання інфекційним ускладненням. Разом з тим, аналітичні оцінки базуються на доступних статистичних даних та загальних ринкових тенденціях, оскільки повнота та точність офіційної інформації є обмеженою. З огляду на ринкові оцінки, сектор антисептиків, знеболюючих та протизапальних препаратів в Україні становить близько 20–25% загального фармацевтичного ринку країни, що у 2023 році оцінювався у 130 млрд. грн. Це означає, що потенційний обсяг продажу даних категорій може сягати від 26 до 32,5 млрд. грн. Проте, через недостатню доступність детальних офіційних статистичних даних, точні показники можуть коливатися [5].

Війна в Україні спричинила значне збільшення потреби у знеболюючих та протизапальних засобах через високий рівень травматизму серед населення, зростання випадків хронічного болю та необхідність контролю запальних процесів. Водночас логістичні труднощі створюють перешкоди для безперебійного постачання медикаментів. Антисептичні препарати, які традиційно мали стабільний попит у медичних установах, стали ще більш критичними для медичних процедур, а також для профілактики інфекційних ускладнень у польових умовах. Фармацевтичний ринок України зазнав суттєвих трансформацій унаслідок військових дій, що позначилося на логістиці, доступності медикаментів та купівельній спроможності населення. У 2023 році загальний обсяг роздрібного продажу лікарських засобів зріс до 130 млрд. грн., що відображає поступове відновлення після різкого падіння в 2022 році. Згідно з даними, структура ринку лікарських засобів за основними категоріями виглядає наступним чином: препарати для нервової системи (включаючи N02) займають 14,2% ринку, засоби для лікування опорно-рухового апарату (включаючи M01) — 9,2%, а дерматологічні препарати (включаючи D08) — 4,6%. Якщо припустити, що знеболювальні засоби (N02) становлять близько 50% від усієї групи N, то їхня частка може становити приблизно 7,1%. Протизапальні препарати (M01) мають високу ринкову присутність, що оцінюється у межах 9,2%, тоді як антисептики (D08) складають близько 20% від усіх дерматологічних засобів, що відповідає 0,92%. Отже, загальна частка ринку цих трьох категорій може становити приблизно 17,22% загального обсягу продажів, що еквівалентно 22,39 млрд. грн. у 2023 році (табл. 1) [8].

Таблиця 1

Оцінка часток українського ринку антисептичних, знеболюючих та протизапальних препаратів за категоріями, підсумок 2023 р.

Категорія	Частка від загального ринку (%)	Оцінка в млрд грн. (для 130 млрд грн.)
Знеболювальні (N02)	~7,1	~9,23
Протизапальні (M01)	9,2	~11,96
Антисептики (D08, оцінка)	~0,92	~1,2
Загалом	17,22-25	22,39-32,5

Джерело: побудовано автором за [8]

Проте, з урахуванням посилення попиту на знеболювальні та протизапальні засоби через воєнні обставини, загальна оцінка може бути вищою і сягати 20–25% фармацевтичного ринку, тобто від 26 до 32,5 млрд. грн. Антисептики, зважаючи на їхню порівняно меншу ринкову нішу, можуть додавати ще 1–2% (1,3–2,6 млрд. грн.) до загального обсягу продажів. Незважаючи на ці обмеження, орієнтовні розрахунки вказують на те, що частка ринку препаратів зазначених категорій становить близько 22,5% від загального фармацевтичного сектору, демонструючи позитивну динаміку зростання в середньому на 5% щороку в період із 2018 по 2023 рік [4]. Такі тенденції корелюють із наявними даними, які підтверджують приріст ринку на 19,5% у 2018 році порівняно з попереднім роком та подальшу стабілізацію темпів росту (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка українського ринку антисептичних, знеболюючих та протизапальних препаратів за категоріями у період 2018–2023 рр.

Рік	Загальний фармацевтичний ринок (млрд. грн.)	Частка ринку (%)	Розмір ринку категорій (млрд. грн.)
2018	101,8	22,5	22,9
2019	107,0	22,71	24,1
2020	112,35	22,54	25,2
2021	118,0	21,34	26,5
2022	124,05	23,5	27,9
2023	130,25	23,67	29,3

Джерело: побудовано автором за [4]

Основними каналами реалізації продукції у 2023 році залишаються аптеки, на які припадає приблизно 80% усіх продажів, лікарняні закупівлі охоплюють 15% загального обсягу ринку, а ще 5% займає онлайн-комерція, яка активно розвивається з 2020 року після офіційного дозволу на дистанційний продаж лікарських засобів (табл. 3) [12].

Таблиця 3

Структура розподілу каналів збуту медичних виробів в Україні у 2023 році

Канал	% від загальних продажів	Сума продажів (млрд. грн.)
Аптеки	80%	23,44
Лікарні	15%	4,4
Онлайн-продажі	5%	1,465

Джерело: побудовано автором за [12]

Для українських виробників даний ринок відкриває широкі можливості, особливо з урахуванням актуального попиту на якісні вітчизняні антисептичні, знеболюючі та протизапальні препарати, що можуть конкурувати з імпортними аналогами за рахунок оптимальної цінової політики, адаптації під специфічні потреби споживачів та забезпечення безперебійних поставок у складних умовах воєнного часу.

Економічні фактори, такі як інфляція та коливання валютного курсу, також впливають на оцінку ринкової вартості лікарських засобів. Наприклад, зростання вартості фармацевтичної продукції у гривневому еквіваленті у листопаді 2024 року склало 22,1%, тоді як у доларовому еквіваленті зростання було значно меншим — лише 6,7% [2]. Це свідчить про високий рівень інфляції та виклики, з якими стикається національна економіка, що безпосередньо впливає на фармацевтичний ринок та купівельну спроможність споживачів (табл. 4).

Таблиця 4

Фінансування закупівель медичних виробів в Україні у 2023 році

Метод оплати	Відсоток від загальних продажів	Сума продажів (млрд. грн.)
Прямі платежі	80%	23,44
Державне відшкодування	15%	4,4
Медичне страхування	5%	1,465

Джерело: побудовано автором за [2]

Зважаючи на стрімке зростання електронної комерції в Україні, особливо в умовах воєнного стану, коли доступність традиційних каналів збуту може бути обмеженою або ускладненою через логістичні виклики, значна частка продажів медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями почала зміщуватися в онлайн-простір. Це відкриває нові маркетингові можливості для вітчизняних виробників, які можуть ефективніше використовувати цифрові платформи для залучення споживачів, впровадження персоналізованих програм лояльності та оптимізації логістичних процесів [10]. Структурно ринок медичних виробів зазначених категорій поділяється на три основні сегменти, які визначаються відповідно до глобальних тенденцій споживання та аналітичних припущень.

Таблиця 5

**Структура ринку медичних виробів з антисептичними,
знеболюючими та протизапальними властивостями в Україні у 2023 році**

Категорія	Відсоток від ринку категорій	Сума продажів (млрд. грн.)
Аналгетики	50%	14,65
Протизапальні препарати	40%	11,72
Антисептики	10%	2,93

Джерело: побудовано автором за [2]

Зокрема, найбільшу частку ринку займають аналгетики, попит на які обумовлений поширеністю больових синдромів різного походження, і вони охоплюють приблизно 50% загального обсягу ринку. Другою за значущістю категорією є протизапальні засоби, які користуються широким попитом серед населення через їхню ефективність у лікуванні запальних процесів, і вони складають близько 40% ринку. Найменшу частку займають антисептичні засоби — приблизно 10%, хоча в періоди підвищеного ризику інфекційних захворювань або в умовах воєнного часу їхнє споживання може тимчасово зростати [9].

Фінансування закупівлі медичних виробів та лікарських засобів на українському ринку здійснюється через кілька основних каналів, серед яких найбільша частка припадає на прямі платежі пацієнтів. За попередніми оцінками, у 2023 році саме цей сегмент становив близько 80% загального обсягу витрат на відповідні препарати, що підтверджує значну фінансову участь споживачів у покритті вартості лікування. Державне відшкодування, що охоплює низку соціально значущих препаратів, становить приблизно 15%, а частка медичного страхування, яке все ще має обмежений вплив на фінансування фармацевтичного сектору в Україні, оцінюється в межах 5%. Це свідчить про перспективи розширення програм державної підтримки та розвитку системи медичного страхування, що могло б створити додаткові стимули для зростання вітчизняного виробництва [2].

Важливу роль у формуванні ринкової конкуренції відіграють ключові гравці фармацевтичного сектору, серед яких провідні позиції займають такі компанії, як Farmak, Darnitsa, Arterium та Zdorovye Group (рис. 1).

Згідно з попередніми розрахунками, у 2023 році Farmak контролював близько 25% ринку, що робить його найбільшим вітчизняним виробником у сегменті. Darnitsa утримувала близько 20% ринку завдяки широкому портфелю продукції та активній маркетинговій політиці, тоді як Arterium займав 15% завдяки своїм спеціалізованим препаратам.

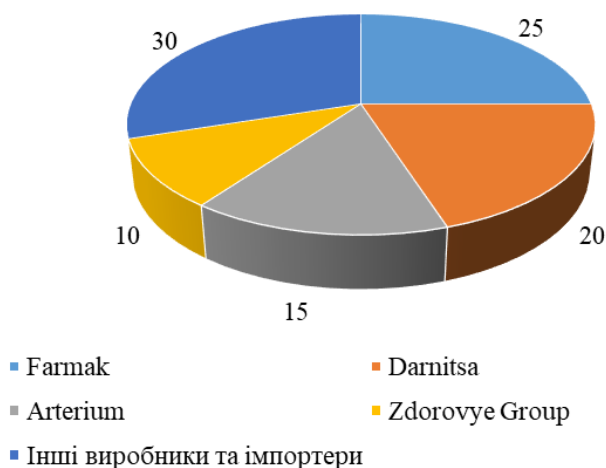


Рис. 1. Розподіл українського ринку медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями серед провідних виробників і постачальників, 2023 р.

Джерело: побудовано автором за [12]

Компанія Zdorovye Group, яка фокусується на виробництві як загальнодоступних, так і спеціалізованих лікарських засобів, володіла приблизно 10% ринку. Решта 30% розподілялася між меншими виробниками та імпортерами, що створює потенціал для зміцнення позицій вітчизняних компаній шляхом розширення асортименту, підвищення конкурентоспроможності продукції та використання маркетингових інструментів для посилення впізнаваності брендів (рис. 2) [10].

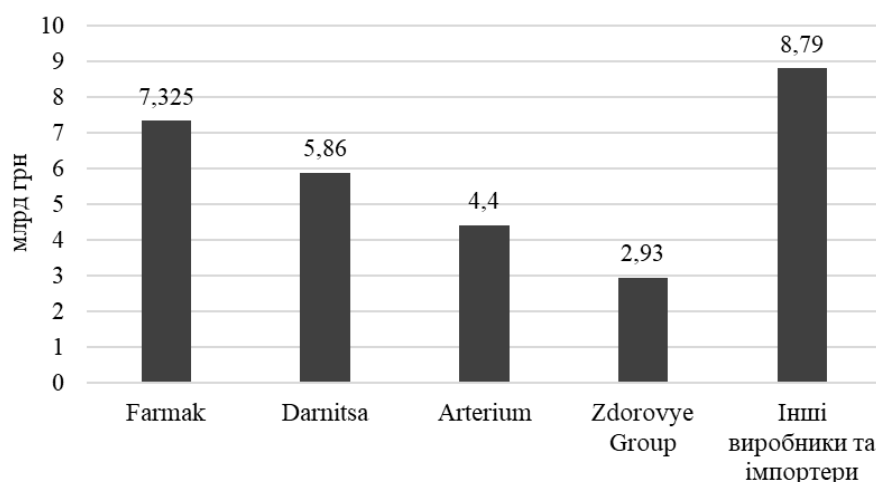


Рис. 2. Обсяги продажів медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями провідними виробниками і постачальниками, 2023 р.

Джерело: побудовано автором за [10]

Сучасні споживачі медичних виробів дедалі частіше звертають увагу на якість, доступність та доведеність ефективності продукції, а також на екологічну безпечність та інноваційність складу препаратів. Під впливом пандемічних загроз, зростання кількості травматичних випадків, військових дій та пов'язаних із ними медичних ускладнень, український ринок демонструє тенденцію до збільшення попиту на антисептики широкого спектра дії, швидкодіючі знеболювальні препарати та протизапальні засоби з мінімальними побічними ефектами.

Значна частина споживачів, орієнтуючись на власний фінансовий стан, надає перевагу продукції середнього та економ-сегменту, що є вигідним напрямом для українських виробників, які можуть запропонувати якісні альтернативи імпортним препаратам за конкурентною ціною. Перспективними нішами для локальних компаній є виробництво комбінованих препаратів, які поєднують антисептичні, знеболюючі та протизапальні властивості, розширення асортименту гелів, спреїв та пластирів з подібним ефектом, а також впровадження органічних компонентів у рецептури з метою задоволення попиту на натуральні та безпечні засоби.

Зміна поведінки споживачів та трансформація каналів збуту вимагають від українських виробників розширення маркетингових стратегій та використання комплексного підходу до просування своєї продукції. Однією з ключових тенденцій є активне використання цифрових маркетингових інструментів, зокрема просування через соціальні мережі, інтернет-платформи та партнерство з медичними блогерами, що дозволяє підвищити довіру споживачів та забезпечити високу впізнаваність бренду. Крім того, важливим напрямом є впровадження програм лояльності, що передбачають персоналізовані пропозиції, знижки та бонуси для постійних клієнтів, що сприятиме зміцненню довгострокових відносин зі споживачами. Використання технологій штучного інтелекту для аналізу споживчих уподобань та прогнозування попиту може значно підвищити ефективність маркетингових кампаній, дозволяючи компаніям оперативно адаптувати пропозицію до змін у ринковому середовищі.

З метою стимулювання розвитку національного виробника, держава впроваджує низку програм підтримки фармацевтичної галузі, що може стати важливим фактором для розширення виробничих потужностей та підвищення конкурентоспроможності українських компаній. Одним із ключових напрямів є державне відшкодування вартості життєво необхідних препаратів, у тому числі знеболюючих та протизапальних засобів, що дозволяє розширити доступність продукції для споживачів та збільшити обсяги її реалізації. Крім того, можливість отримання грантів на модернізацію виробничих потужностей, залучення інвестицій у розвиток локального фармацевтичного сектору та участь у державних тендерах можуть сприяти фінансовій стабільності вітчизняних компаній. Важливим є також сприяння з боку держави у просуванні української продукції на міжнародних ринках, що відкриває нові можливості для експорту та міжнародної кооперації. Для забезпечення стабільного розвитку та зміцнення ринкових позицій вітчизняних виробників медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями необхідно орієнтуватися на комплексну стратегію, яка поєднує інноваційність, адаптивність та ефективне використання маркетингових інструментів. Першочерговим завданням є вдосконалення рецептур та виробничих процесів з метою покращення якості продукції, що сприятиме формуванню довіри з боку споживачів та підвищенню конкурентоспроможності на ринку.

Таблиця 6

**Маркетингові можливості для вітчизняних
виробників медичних виробів (розроблено автором)**

Ключові ринкові тренди	Споживчі пріоритети	Маркетингові стратегії	Державна підтримка	Конкурентні переваги
Зростання онлайн-продажів	Доступність та ціна	Цифровий маркетинг	Програми реімбурсації	Низька собівартість виробництва
Попит на екологічні продукти	Безпечність складу	Партнерство з медзакладами	Гранти на модернізацію	Гнучкість виробництва
Імпорто-заміщення	Ефективність та швидкодія	Реклама через блогерів	Пільгове оподаткування	Локальні логістичні переваги
Диверсифікація каналів збуту	Комбіновані препарати	Програми лояльності	Державні тендери	Спрощений доступ до ринку
Інноваційні розробки	Попит на локальні бренди	SEO та контент-маркетинг	Фінансова підтримка стартапів	Висока адаптивність до попиту

Джерело: розроблено автором

Не менш важливим є розвиток співпраці з медичними закладами, аптечними мережами та страховими компаніями для забезпечення широкого доступу до продукції та збільшення обсягів реалізації. Успішне просування продукції можливе за умови активного використання цифрових технологій, оптимізації логістики та впровадження сучасних методів дистрибуції, що дозволить забезпечити високу доступність продукції навіть у віддалених регіонах.

Таким чином, комплексний підхід до маркетингового розвитку, залучення державної підтримки, активне використання інноваційних технологій та адаптація до змін у споживчих уподобаннях є ключовими чинниками для підвищення конкурентоспроможності українських виробників медичних виробів та формування стійких позицій на внутрішньому та міжнародному ринку. Маркетингові можливості для вітчизняних виробників медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями є значними, проте їх ефективне використання вимагає глибокого аналізу ринку, гнучкого реагування на потреби споживачів та впровадження сучасних стратегій просування. Державна підтримка, інноваційні маркетингові рішення та стратегічне партнерство можуть стати ключовими інструментами для зміцнення позицій українських компаній, що в перспективі сприятиме розвитку національного фармацевтичного сектору та забезпеченню доступності якісної медичної продукції для населення.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У ході дослідження виявлено, що фармацевтичний ринок України, зокрема сегмент медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями, зазнає значного впливу макроекономічних факторів, воєнного стану, зміни регуляторного середовища та зростання конкуренції з боку міжнародних виробників. Підвищений попит на зазначені категорії продукції зумовлює необхідність адаптації маркетингових стратегій вітчизняних компаній до нових ринкових умов.

Досліджено основні споживчі уподобання та фактори, що впливають на вибір продукції, зокрема цінову доступність, якість, ефективність препаратів, рівень довіри до виробника та зручність придбання. Встановлено, що попит на антисептики, знеболюючі та протизапальні засоби в Україні є стабільно високим, особливо у зв'язку зі зростанням рівня травматизму, поширеністю запальних захворювань та потребою в засобах інфекційної профілактики. Проаналізовано конкурентне середовище фармацевтичного

ринку, що включає як національних, так і міжнародних виробників. Визначено, що ключовими гравцями ринку є компанії Farmak, Darnitsa, Arterium та Zdorovye Group, які разом контролюють близько 70% сегменту. Встановлено, що міжнародні компанії продовжують утримувати вагому частку ринку завдяки широкому асортименту та маркетинговій активності, проте вітчизняні виробники мають значний потенціал для нарощування присутності завдяки локальному виробництву, що дозволяє мінімізувати логістичні витрати та забезпечувати конкурентні ціни.

Оцінено можливості маркетингових стратегій для українських виробників, які включають диверсифікацію каналів збуту, активне використання цифрових технологій та розвиток програм лояльності для споживачів. Виявлено, що онлайн-продажі продовжують зростати, а після офіційного дозволу на дистанційний продаж лікарських засобів їх частка досягла 5% від загального обсягу реалізації у 2023 році, що відкриває нові можливості для просування продукції через цифрові платформи. Запропоновано заходи щодо підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників, що включають розширення виробничих потужностей, впровадження інноваційних формул препаратів, активізацію маркетингової діяльності, а також участь у міжнародних виставках для розширення експортного потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білоусова Н., Соловійов С., Кабачна А. Теоретико-методичні засади оцінки медичних технологій: Монографія. Київ : ТОВ «Юрка Любченка». 2023. 220 с.
2. Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками URL: <https://www.dls.gov.ua/>
3. Летунівська Н. Є., Зябіна Є. А., Малик Р. А. Аналіз ринку України медичних виробів з антисептичними, знеболюючими та протизапальними властивостями з метою визначення маркетингових можливостей для вітчизняного виробника. Інфраструктура ринку. 2023. № 75. С. 98–103. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure75-18>
4. Підсумки аптечних продажів 2023 URL: <https://proximaresearch.com/ua/ua/novini/pharmacy-sales-ua-2023/>
5. Підсумки року та нові очікування операторів ринку медичних виробів, косметики та дезінфекційних засобів. URL: <https://www.apteka.ua/article/685704>
6. Світовий О. Деякі аспекти функціонування фармацевтичного ринку України. Економіка та суспільство. 2023. № 47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-80>.
7. Слабкий Г. О., Картавцев Р. Л. Класифікатор медичних виробів НК 024:2023: національна система класифікації та використання медичних виробів в Україні. Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України. 2024. № 4. С. 45–52. DOI: <https://doi.org/10.11603/1681-2786.2023.4.14424>
8. Український ринок медичних виробів: розвиваємо, стежимо за тенденціями та прогнозуємо. 2024. <https://thepharma.media/uk/business/35783-ukrayinskii-rinok-medicnix-virobiv-rozvivajemo-stezimo-zatendenciayami-ta-prognozujemo-16092024>
9. Anti-Inflammatory Drugs Market Size, Share & Industry Analysis. URL: <https://www.fortunebusinessinsights.com/anti-inflammatory-drugs-market-102825>
10. Farmak is in first place in the TOP 15 pharmaceutical companies in Ukraine in 2024. URL: <https://farmak.ua/en/news/farmak-is-in-first-place-in-the-top-15-pharmaceutical-companies-in-ukraine-in-2024/>
11. New WHO/Europe study outlines primary health care financing measures to boost Ukraine's health reform. URL: <https://www.who.int/europe/news/item/13-11-2023-new-who-europe-study-outlines-primary-health-care-financing-measures-to-boost-ukraine-s-health-reform>
12. Ukraine: a market access review over two years of war. 2024. URL: <https://www.pharmaceutical-technology.com/analyst-comment/ukraine-market-access-review-two-years-war/>

Andrii Zolkover

Doctor of Science in Economics, Professor
Associate Professor of the Department of Finance and Business Consulting
Kyiv National University of Technologies and Design
Kyiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-8176-1850
e-mail: zolkover.andrey@gmail.com

ANALYSIS OF THE MARKET OF MEDICAL PRODUCTS WITH ANTISEPTIC, ANALGESIC AND ANTI-INFLAMMATORY PROPERTIES IN UKRAINE: MARKETING OPPORTUNITIES

Abstract. The article presents a comprehensive study of the market of medical products with antiseptic, analgesic and anti-inflammatory properties in Ukraine, aimed at determining marketing opportunities for domestic manufacturers, assessing the current state of competition, analyzing consumer preferences, industry development prospects and forming strategic recommendations to increase the competitiveness of national companies in the context of modern economic and social challenges. It was found that in conditions of war and increased demand for effective medical products, the share of this segment is 20–25% of the total pharmaceutical market, which in 2023 is estimated at 130 billion hryvnias, which indicates a potential sales volume of 26 to 32.5 billion hryvnias, although the accuracy of the data is limited due to logistical and information difficulties. The market dynamics for 2018–2023 were studied, stable growth at 5% annually was established, and the impact of military operations was analyzed, which caused a significant increase in the need for analgesics (N02) and anti-inflammatory (M01) drugs due to trauma, while antiseptics (D08) have become critical for the prevention of infections. The research propositions are substantiated that leading domestic manufacturers have competitive advantages due to optimal pricing policies and adaptation to local needs, although competition with international brands remains high. Approaches to market segmentation by ATC categories have been developed, which allowed to systematize drugs by their action and application, and strategic recommendations have been proposed, which include the development of online commerce, the introduction of combination drugs and loyalty programs to strengthen current market positions. Cooperation with state reimbursement programs and medical institutions has also been proposed, which can contribute to expanding product availability and increasing consumer confidence in Ukrainian brands, ensuring sustainable growth of the industry in times of crisis.

Keywords: pharmaceutical market; medical products; marketing strategies; antiseptics; analgesics and anti-inflammatory drugs; competitiveness of manufacturers; state support for the pharmaceutical sector.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Bilousova, N., Soloviov, S., & Kabachna, A. (2023). Theoretical and methodological foundations of health technology assessment: Monograph. Kyiv: Yurko Liubchenka LLC. (in Ukrainian).
2. State Service of Ukraine on Medicines and Drugs Control. Retrieved from <https://www.dls.gov.ua/> (in Ukrainian).
3. Letunovska, N., Ziabina, Ye., & Malyk, R. (2023). Analysis of the Ukrainian market of medical products with antiseptic, analgesic, and anti-inflammatory properties to determine marketing opportunities for domestic manufacturers. *Market Infrastructure*, 75, 98–103. DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastructure75-18>. (in Ukrainian).
4. Proxima Research. (2023). *Pharmacy sales results 2023*. Retrieved from <https://proximaresearch.com/ua/ua/novini/pharmacy-sales-ua-2023/> (in Ukrainian).
5. Apteka.ua. (2024). *Year-end results and new expectations of market operators for medical devices, cosmetics, and disinfectants*. Retrieved from <https://www.apteka.ua/article/685704> (in Ukrainian).
6. Svitovyi, O. (2023). Some aspects of the functioning of the pharmaceutical market of Ukraine. *Economy and Society*, (47). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-80> (in Ukrainian).
7. Slabkyi, H., & Kartavtsev, R. (2024). Classifier of medical devices NK 024:2023: The national classification system and the use of medical devices in Ukraine. *Bulletin of Social Hygiene and Health Organization of Ukraine*, (4), 45–52. DOI: <https://doi.org/10.11603/1681-2786.2023.4.14424> (in Ukrainian).
8. The Pharma Media. (2024). *Ukrainian medical device market: development, trends, and forecasts*. Retrieved from <https://thepharmamedia.uk/business/35783-ukrayinskii-rinok-medicnix-virobiv-rozvivajemo-stezimo-za-tendenciyami-ta-prognozujemo-16092024> (in Ukrainian).
9. Fortune Business Insights. (2024). *Anti-inflammatory drugs market size, share & industry analysis*. Retrieved from <https://www.fortunebusinessinsights.com/anti-inflammatory-drugs-market-102825>

10. Farmak. (2024). *Farmak is in first place in the TOP 15 pharmaceutical companies in Ukraine in 2024*. Retrieved from <https://farmak.ua/en/news/farmak-is-in-first-place-in-the-top-15-pharmaceutical-companies-in-ukraine-in-2024/>

11. WHO Europe. (2023). *New WHO/Europe study outlines primary health care financing measures to boost Ukraine's health reform*. Retrieved from <https://www.who.int/europe/news/item/13-11-2023-new-who-europe-study-outlines-primary-health-care-financing-measures-to-boost-ukraine-s-health-reform>

12. Pharmaceutical Technology. (2024). *Ukraine: A market access review over two years of war*. Retrieved from <https://www.pharmaceutical-technology.com/analyst-comment/ukraine-market-access-review-two-years-war/>

Стаття надійшла до редакції 05.03.25

Рецензовано 17.03.25

Опубліковано 31.03.2025 р.



This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.