

# ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 339.138 : 615.12 : 615.2 : 001.895 : 615: 65.30-86

<https://doi.org/10.24959/sphhcj.21.218>М. М. Слободянюк<sup>1</sup>, О. С. Самборський<sup>2</sup>, О. Ю. Рогуля<sup>1</sup>, Ю. В. Байгуш<sup>2</sup><sup>1</sup> Національний фармацевтичний університет  
Міністерства охорони здоров'я України, м. Харків<sup>2</sup> Івано-Франківський національний медичний університет, Україна

## ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО КОМПЛЕКСНОГО ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ТА МАРКЕТИНГОВИХ СКЛАДОВИХ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ЛІКАРСЬКОГО ЗАСОБУ РАБЕПРАЗОЛ

**Мета:** обґрунтування методологічного підходу й опрацювання методики визначення економічних і маркетингових складових собівартості, ціни й доданої вартості лікарського засобу (ЛЗ) на прикладі таблеток рабепразолу.

**Матеріали та методи:** наукові публікації, звіти Державного комітету статистики України та Центру медичної статистики МОЗ України, звіти та калькуляції собівартості продукції фармацевтичних виробників, власні дослідження; використано методи системного й порівняльного аналізу, контент-аналіз, економічний та маркетинговий аналізи.

**Результати досліджень.** Проведено узагальнення етапів робіт і сформовано алгоритм визначення базових показників для формування виробничої програми фармацевтичного підприємства. Розроблено розгорнуту схему калькулювання собівартості продукції на основі економічного підходу, опрацьовано приклади формування роздрібно́ї й оптової цін та встановлення оптово-відпускної ціни ЛЗ на основі маркетингового підходу. Опрацьовано методику визначення основних економічних показників за ринково-економічним підходом, розрахунку податку на додану вартість, прибутку і рентабельності на прикладі таблеток рабепразолу. Оцінено розподіл доданої вартості серед суб'єктів просування ЛЗ та структуру доданої вартості у виробника. Сформовано графічну схему методологічного підходу ринкового визначення доданої вартості ЛЗ рабепразолу.

**Висновки.** Обґрунтовано доцільність та необхідність використання економічного і маркетингового підходів для управління витратами, калькулювання собівартості і формування ціни таблеток рабепразолу та запропоновано методологічний підхід щодо ринкового визначення їх доданої вартості. Для оцінювання загального ринково-економічного підходу визначення собівартості і ціни ЛЗ розроблено їх графічну схему (прогресивно-ретроградна калькуляція). На прикладі ЛЗ рабепразолу 0,01 г опрацьовано методику визначення собівартості, ціни, прибутку та доданої вартості препарату у виробника, оптовика й аптеці. Охарактеризовано структуру доданої вартості у виробника ЛЗ і графічну схему методологічного підходу ринкового визначення доданої вартості таблеток рабепразолу.

**Ключові слова:** фармацевтичний ринок; лікарський засіб; структура доданої вартості; додана вартість, ціна; прибуток; калькулювання собівартості; маркетинговий підхід; економічний підхід; управління витратами; виробництво ліків.

M. M. SLOBODYANYUK<sup>1</sup>, O. S. SAMBORSKYI<sup>2</sup>, O. YU. ROHULIA<sup>1</sup>, YU.V. BAYGUSH<sup>2</sup><sup>1</sup> University of Pharmacy of the Ministry of Health of Ukraine, Kharkiv<sup>2</sup> Ivano-Frankivsk National Medical University, Ukraine

### SUBSTANTIATION OF THE METHODOLOGICAL APPROACH TO THE COMPLEX USE OF ECONOMIC AND MARKETING COMPONENTS WHEN FORMING THE ADDED VALUE OF RABEPRAZOLE

**Aim.** To substantiate the methodological approach and work out the method for determining economic and marketing components of the cost price, the price and the added value of the drug on the example of Rabeprazole.

**Materials and methods.** Scientific publications, reports of the State Statistics Committee of Ukraine and Centre for Medical Statistics of the MHU, reports and calculations of the cost price of pharmaceutical

manufacturers, our own research, as well as methods of systematic, comparative, content-analysis, economic and marketing analysis were used as materials.

**Results.** The stages of work have been summarized, and the algorithm for determining the basic indicators required for manufacturing of drugs has been formed. An extended scheme of calculation of the cost price of products based on the economic approach has been developed; the formation of retail and wholesale price and determination of the wholesale sale value of the drug on the basis of the marketing approach have been studied. The method for determining the basic economic indicators according to the market economic approach, calculation of the added value tax, income and profitability has been worked out on the example of rabeprazole. The distribution of the added value among the subjects of drug promotion and the structure of the added value of the manufacturer have been estimated.

**Conclusions.** The expediency and the necessity of using economic and marketing approaches of the cost management has been substantiated. The cost price and the formation of price for a drug has been calculated, and the methodological approach has been suggested. To assess the total market economic approach as to the determination of the cost price and the price of drug, a graphic scheme of economic and marketing approaches for determining the cost price and the price of drug (progressive retrograde calculation) has been developed. On the example of rabeprazole tablets (0.01 g) the method for determining the cost price, the price, the income and the added value of a drug manufacturer, wholesaler and pharmacy has been studied. The structure of the added value of the drug manufacturer has been characterized.

**Key words:** pharmaceutical market; drug; structure of added value; added value, price; income; calculation of cost price; marketing approach; economic approach; cost management; drugs manufacturing.

Н. Н. Словодянук<sup>1</sup>, О. С. Самборський<sup>2</sup>, О. Ю. Рогоуля<sup>1</sup>, Ю. В. Байгуш<sup>2</sup>

<sup>1</sup> *Національний фармацевтичний університет  
Міністерства здравоохоронення України, г. Харків*

<sup>2</sup> *Івано-Франківський національний медичний університет, Україна*

#### **ОБОСНОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ПОДХОДА К КОМПЛЕКСНОМУ ПРИМЕНЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ ЛЕКАРСТВЕННОГО СРЕДСТВА РАБЕПРАЗОЛ**

**Цель:** обоснование методологического подхода и отработка методики определения экономических и маркетинговых составляющих себестоимости, цены и добавленной стоимости лекарственного средства на примере таблеток рабепразола.

**Материалы и методы:** научные публикации, калькуляции себестоимости продукции фармацевтических производителей, официальные отчеты фармацевтических производителей, отчеты Государственного комитета статистики Украины и Центра медицинской статистики МЗ Украины, собственные исследования; использованы методы системного и сравнительного анализов, контент-анализ, экономический и маркетинговый анализ.

**Результаты исследований.** Проведено обобщение этапов работ и сформирован алгоритм определения базовых показателей при производстве лекарственных средств. Выделены составляющие процесса. Разработана развернутая схема калькулирования себестоимости продукции на основе экономического подхода, формирование розничной и оптовой цен и определения оптово-отпускной цены ЛС на основе маркетингового подхода. Отработана методика определения основных экономических показателей согласно рыночно-экономическому подходу, расчет налога на добавленную стоимость, прибыли и рентабельности на примере таблеток рабепразола. Дана оценка распределению добавленной стоимости среди субъектов продвижения ЛС и структуре добавленной стоимости у производителя. Сформирована графическая схема методологического подхода определения добавленной стоимости ЛС рабепразол.

**Ключевые слова:** фармацевтический рынок; лекарственное средство; структура добавленной стоимости; добавленная стоимость; цена; прибыль; калькулирование себестоимости; маркетинговый подход; экономический подход; управление затратами; производство лекарств.

**Постанова проблеми.** Рівень ціни ЛЗ привертає увагу як споживачів, державних органів і суспільних організацій, так і виробників, розробників та інвесторів. На жаль, система державного регулювання цін на ЛЗ, що склалася на сьогодні в Україні, дуже складна і неефективна. Поєднання економічних інтересів виробників і споживачів, виробників, оптових і роздрібних учасників процесу просування ЛЗ до споживача є складним і динамічним процесом. Важливе місце при цьому відіграє первинна оптово-відпускна

(договірна) ціна виробника, а її рівень набуває особливого значення, оскільки саме ця ціна є відправною точкою для всіх подальших розрахунків в оптовому та роздрібному секторах. Така ціна формується методом калькулювання собівартості продукції згідно з П(С)БО 16, з урахуванням змінних і постійних витрат виробника, адміністративних витрат і витрат на збут тощо. Господарський кодекс України та Закон України «Про ціни і ціноутворення» дають право суб'єктам господарювання самостійно

визначати ціну продукції з урахуванням обмежень, установлених законом. Фармацевтичні заводи і сьогодні традиційно використовують різні методи розрахунку ціни ЛЗ, які сформувались ще у часи планово-адміністративної системи (собівартість + прибуток = ціна) і можуть суттєво відрізнятись у рівнях складових різних виробників, що формують ціну. Наприклад, використання для розрахунку кількох складових загальнозаводських витрат у відсотках до вартості сировини є не зовсім прийнятним, оскільки у такому разі на суму витрат впливає лише вартість сировини, а не реальні витрати.

Прогресивними концепціями управління витратами виступають системи «таргет-костинг» (target costing) і «кайзен-костинг» (kaizen costing), які було започатковано японськими виробниками. У методі таргет-костинг або калькулювання собівартості за цільовими показниками, основними елементами є цільова ціна, цільові витрати, цільовий прибуток. Завдання цільового калькулювання полягає у визначенні оптимальних витрат майбутнього виробу на етапі його дослідження, розробки і проектування, а не у спробах зменшити витрати на стадії виробництва вже розробленого продукту. Традиційна формула ціноутворення при цьому змінена на «ціна – прибуток = собівартість» і є дієвим інструментом превентивного контролю та зниження витрат ще на стадії проектування і розробки продукту. Кайзен-костинг націлений на скорочення витрат на виробничій стадії повного життєвого циклу продукту. Цільову собівартість визначають зворотним шляхом, тобто замість традиційної (прогресивної) використовується так звана зворотна (ретроградна) калькуляція. Головним завданням є ліквідація різниці між фактичною і цільовою собівартістю шляхом залучення всього персоналу компанії. Використання двох методів у моделі стратегічного управління витратами змінює економічну сутність традиційного елемента методу бухгалтерського обліку калькуляції, визначаючи ціну продукції за допомогою маркетингових досліджень з урахуванням попиту, а прибутком стає величина, яку прагне отримати виробник у результаті реалізації цієї продукції.

Під стратегічним управлінням витратами розуміємо поняття витрат, які необхідні для повного життєвого циклу продукції, що дає змогу менеджерам на перспективу визначити методи їх оптимізації й отримати конкурентні переваги на ринку. Під час формування собівартості вітчизняні виробники орієнтуються на П(С)БО 16 «Витрати». Основою для складання калькуляції на підприємстві є технічно обґрунтовані норми витрат матеріалів і трудових витрат, стандарти і технічні умови, установлені для відповідної продукції, що затверджуються на підприємствах керівником або зазначені в нормативних документах. Калькуляція не є первинним документом і складати її для бухгалтерських цілей не обов'язково [1]. Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості, що затверджені наказом Міністерства промислової політики України від 09.07.2007 р. № 373, мають обмежене використання, до того ж вони не враховують специфіки багатонаменклатурного виробництва ЛЗ.

Формування сучасного методологічного апарату щодо використання статей змінних і постійних витрат у процесі калькулювання собівартості продукції, розрахунку ціни ЛЗ у виробника і доданої вартості з урахуванням ринкових ситуацій і рівня цін стає актуальним і необхідним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить, що проблемі цін і ціноутворення (прайсингу) на продукцію і товари у фармації, зокрема й на ЛЗ, присвячено багато наукових статей. Активно і плідно працює наукова школа проф. А. С. Немченко, наукові дослідження якої присвячені різним аспектам цін і ціноутворення на ЛЗ, зокрема, надано обґрунтування моделі ціноутворення на ЛЗ за умов упровадження оцінки технологій охорони здоров'я та ін. Серед таких наукових публікацій можна виділити праці: А. С. Немченко [2-6], Л. В. Галій [7], К. Л. Косяченко [8], В. М. Назаркіної [9, 10]. Крім того, було виконано низку дисертаційних робіт, серед них: К. Л. Косяченко [11], І. В. Кубаревої [12], Н. В. Чмихало [13] та ін. Дослідження проблем прайсингу ЛЗ наведено також у публікаціях Г. Галковської, О. М. Євтушенко, А. М. Кричківської,

В. М. Пашкова, О. П. Півень, М. М. Слободянюка, В. Д. Трухан [14-20]. У науковій статті піднято питання поглибленого дослідження та розробки методичних підходів щодо управління собівартістю виробництва ЛЗ, підкреслено використання виробниками різних підходів для визначення складу витрат та формування собівартості продукції [21]. З метою підвищення доступності ЛЗ для населення і системи ОЗ запропоновано удосконалити механізми державного регулювання цін на ліки та відшкодування їх вартості, реалізувати заходи щодо імпортозаміщення. Для державних закупівель та відшкодування вартості рекомендовано використовувати єдиний регульовальний перелік – Національний перелік ОЛЗ.

Отже, наукові дослідження щодо розробки комплексного підходу до визначення собівартості продукції і ціни ЛЗ з урахуванням ринкової ситуації не проводились. Також не були предметом дослідження сутність, економічні і маркетингові складові доданої вартості у продукції фармацевтичних виробничих підприємств, її структура і розподіл між учасниками фармацевтичного ринку.

**Вирішення не виділених раніше частин загальної проблеми.** У конкурентних умовах ринку важливим є не лише розрахунок самої собівартості продукції, а й визначення ринкової ціни ЛЗ, достатнього прибутку і значної доданої вартості з урахуванням соціально бажаної ціни для споживача. Виникає необхідність застосувати комплексний підхід, який поєднує собівартість і прибуток через економічну додану вартість, оцінити кількісно структуру останньої. Для цього необхідно застосувати комплексно економічний розрахунок і результати маркетингового аналізу ринку.

**Формулювання цілей статті.** Метою роботи є узагальнення, оцінка і практичне опрацювання складових економічного і маркетингового підходів у формуванні витрат і вартості виробництва фармацевтичної продукції, розрахунок собівартості продукції ЛЗ на прикладі рабепразолу, визначення роздрібної, оптової й оптово-відпускної ціни препарату, встановлення сум доданої вартості у суб'єктів господарювання та структури доданої вартості ЛЗ.

**Матеріали та методи.** Як матеріали використовували наукові публікації, калькуляції собівартості продукції фармацевтичних виробників, звіти фармацевтичних виробників, звіти Державного комітету статистики України та Центру медичної статистики МОЗ України, власні дослідження, а також методи системного, порівняльного, контент-аналізу, економічного та маркетингового аналізу.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** Розрахунок проєктної калькуляції конкретного ЛЗ проводиться на основі результатів попереднього організаційно-економічного аналізу виробництва з урахуванням матеріального балансу виробництва ЛЗ. Аналізуються організаційно-економічні та техніко-технологічні параметри за рік, враховуючи бюджет часу, виробничі потужності, величину планового випуску ЛЗ, чисельність працівників, потреби у власних обігових коштах тощо. Алгоритм визначення базових показників для виробництва ЛЗ наведено на рис. 1.

На підставі аналізу понад 30 калькуляцій собівартості фармацевтичної продукції вітчизняних виробників (ТОВ ФК «Здоров'я», ПАТ «Фармак», ПАТ «Дарниця», ПАТ ХФЗ «Червона зірка», ПрАТ «Лекхім-Харків») встановлено, що підприємствами застосовуються різні підходи до групування та обліку витрат. У системі управління витратами основу складають базові статті прямих і непрямих витрат виробництва (виробнича собівартість). Непрямі загальновиробничі витрати на організацію й управління виробництвом у своїй кількості базуються на частці (або питомій вазі) конкретного ЛЗ у загальному плані виробництва продукції [22, 23]. У наказі про облікову політику підприємства зазначається склад статей витрат залежно від технології, обладнання й організації виробництва, питомої ваги окремих видів витрат у собівартості продукції. Нами встановлено, що в основі калькулювання собівартості використовується економічний підхід визначення витрат, у якому низка статей витрат (загальновиробничі витрати, загальні заводські витрати) формуються у відсотках до сировини і матеріалів або заробітної плати, що не завжди

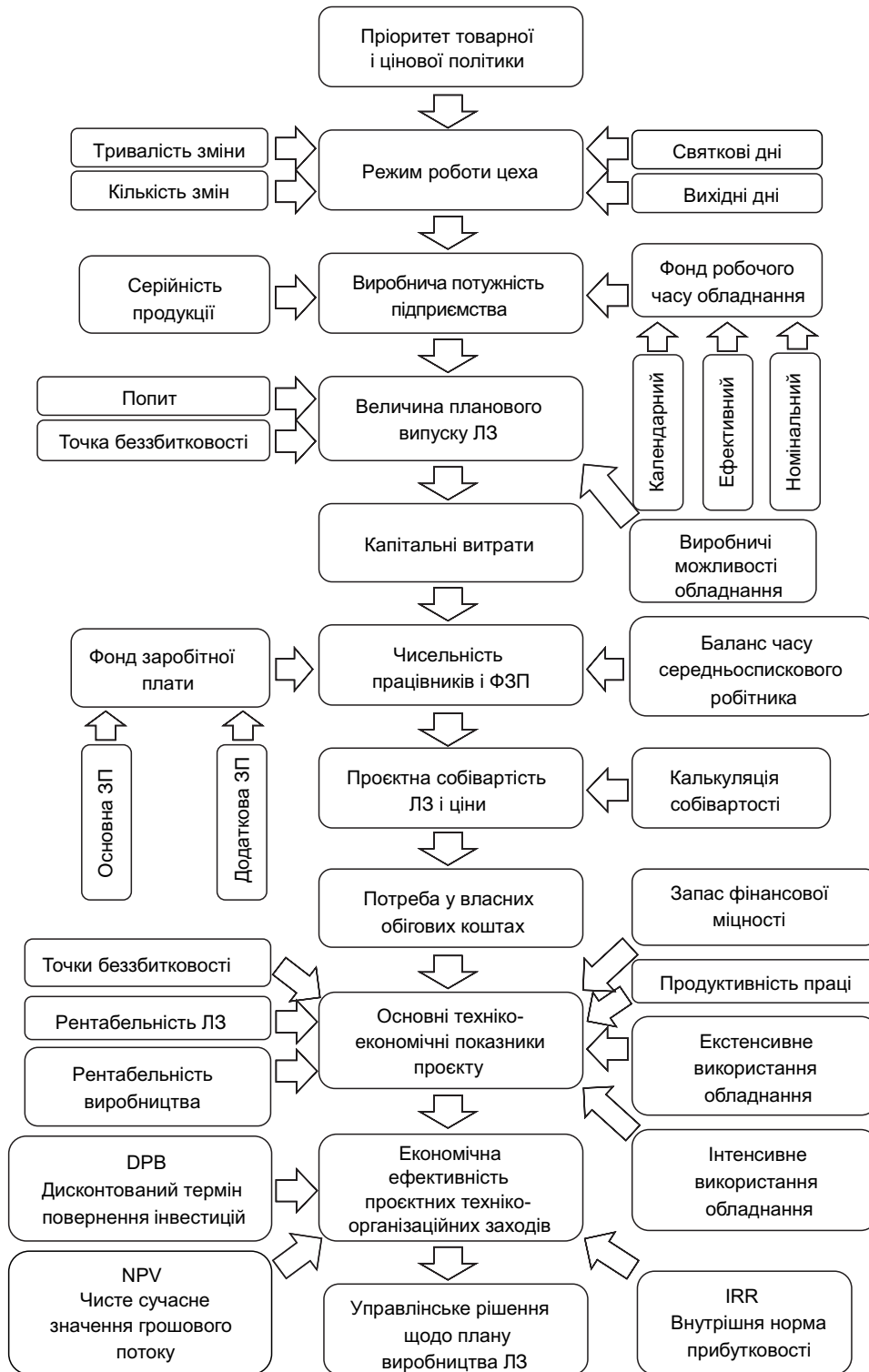


Рис. 1. Алгоритм визначення базових показників для виробництва ЛЗ

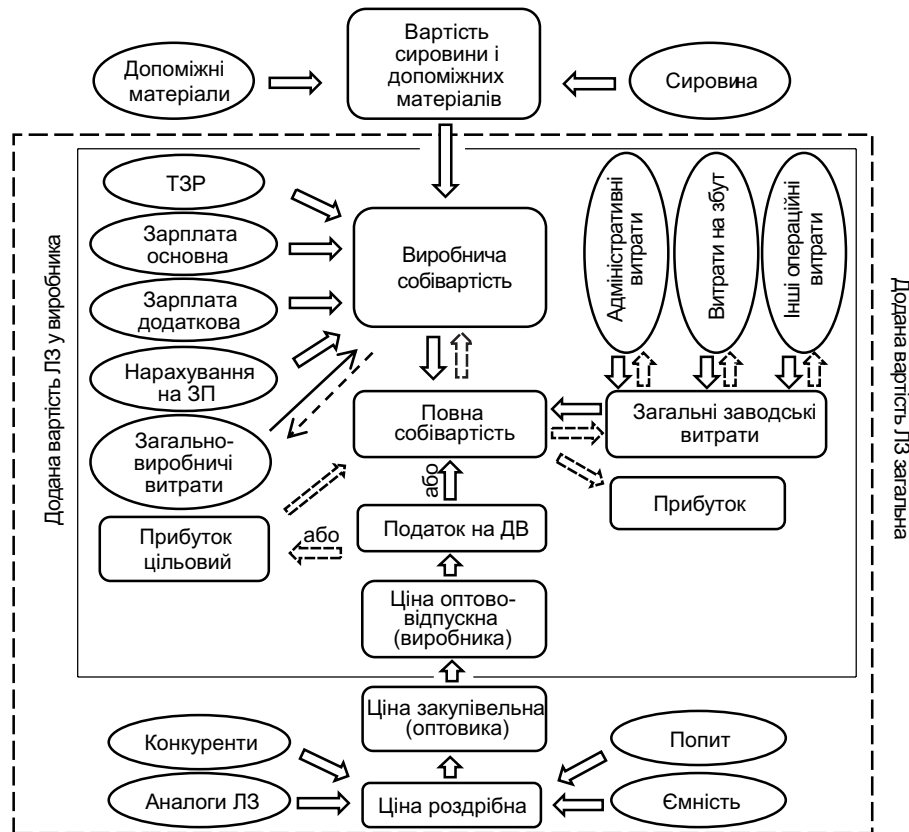


Рис. 2. Графічна схема методологічного ринково-економічного підходу визначення собівартості і ціни ЛЗ (прогресивно-ретроградна калькуляція)

доцільно і правильно, при цьому не повністю враховується складність технологічного процесу (чим дорожча сировина у продукції, тим більші суми таких статей витрат). Ринкова логічність втрачається для подальшого визначення прибутку, згідно з яким визначається оптова відпускна (заводська договірна) ціна ЛЗ. Вона може бути значно вищою або нижчою ринкової. Останнім часом фармацевтичні виробники враховують у процесі калькулювання собівартості і рекомендації відділу маркетингу щодо можливої бажаної ринкової ціни ЛЗ, з урахуванням якої встановлюються загально-виробничі витрати. Така ринкова складова у загальному підході калькулювання дає можливість установлювати цільовий прибуток і цільові витрати. Змодельована нами схема методологічного ринково-економічного підходу визначення собівартості і ціни ЛЗ (прогресивно-ретроградна калькуляція) наведена на рис. 2. Нами оцінена загальна додана вартість ЛЗ і додана вартість ЛЗ у виробника. Рекомендується більш

широко використовувати маркетингові дослідження щодо визначення ринкової ціни ЛЗ, що враховує споживацький попит, тенденцію ємності ринку, ціни на ЛЗ прями конкуренти і препарати-аналоги. Для визначення оптово-відпускної ціни виробника рекомендується врахувати (зменшити) в межах 25 % роздрібною націнки і 15 % націнки оптовика. Один працівник фармацевтичної галузі вже створює 1,2 млн грн доданої вартості, що вище, ніж в IT-індустрії – лише 0,8 млн грн або металургії – 0,4 млн грн. У цілому у фармацевтичній галузі за рік створюється 24,6 млрд грн доданої вартості [24].

Як відомо, на сьогодні в Україні немає прямого державного регулювання цін на ЛЗ у виробника. Нами відмічена етапність у формуванні ціни на ЛЗ: спочатку визначається проектна ціна для прийняття управлінського рішення щодо уведення ЛЗ до інноваційної програми розвитку підприємства. На наступному етапі розраховується ціна продукції для поставлення ЛЗ на виробництво (планова). На кінцевому етапі визначається

фактична (реалізаційна) ціна ЛЗ за даними бухгалтерського обліку. Слід відзначити, що проєктна ціна є найвищою, оскільки являє собою вартість сировини і матеріалів і максимальну додану вартість. Остання визначається як різниця між можливою роздрібною ринковою ціною ЛЗ, прогнозованою маркетологами на основі оцінки сегмента ринку ЛЗ, і вартістю сировини і матеріалів. У межах такої доданої вартості визначаються суми прямих і непрямих витрат (заробітна плата, адміністративні витрати, витрати на збут та інші як відсоток до заробітної плати виробничого персоналу або до вартості сировини і матеріалів), прибуток і податок на додану вартість. Наш аналіз демонструє, якщо рівень проєктної рентабельності ЛЗ становить 150–200 і вище відсотків, то реалізаційної (фактичної) – 40–80 %. Для визначення ціни продукції на етапі поставлення на виробництво її рівень обмежується пропонованою маркетологами ринковою ціною ЛЗ, яка зменшена на частку ціни, що використовуватиметься оптовими фірмами й аптеками у процесі реалізації (близько 30–40 %). У ціні виробника (статті витрат на збут або прибуток) знаходиться частка на додаткові знижки (до 20–40 %) як заохочення постійним покупцям, додаткові оплати за маркетинговими угодами або програмами лояльності (до 10–20 %). Виробник має можливість регулювати рівні додаткових знижок індивідуально як для постійних оптових фірм, так і за категоріями окремих ЛЗ (нові, що потребують особливої уваги, застарілі або з метою розширення товарного сегмента препарату).

Нами проведено опрацювання ринково-економічного підходу для визначення собівартості, ціни і доданої вартості ЛЗ таблеток рабепразолу.

Установлено, що в Україні зареєстровано 10 ТН ЛЗ таблеток рабепразолу. Фактично на ринку на момент дослідження знаходилось 5 ТН препарату. Фактична ємність товарного сегмента ринку рабепразолу складає понад 22 млн грн і 110 тис. уп. Маркетингові дослідження товарного сегмента ринку рабепразолу показали, що роздрібна ціна за одну таблетку в аптеках м. Івано-Франківська знаходиться в межах від 4,29 грн (Рабепразол-Здоров'я, ФК «Здоров'я», Україна)

до 29,57 грн (Паріет®, компанія «Janssen-Cilag», Бельгія-Швейцарія). Для встановлення можливої роздрібною ціною таблеток рабепразолу 0,01 г нами прийнята роздрібна ціна на 87,40 грн за упаковку № 30, або 2,91 грн за одну таблетку, яка на 30 % нижче за мінімальну ринкову ціну ЛЗ і може виступати як соціально орієнтована та справедлива для споживачів цього ЛЗ. Оптова ціна становитиме 69,92 грн, а оптово-відпускна (заводська) – 60,80 грн за уп. № 30.

Для проведення розрахунків нами на основі матеріалів щодо складу ЛЗ таблетки рабепразолу, що застосовуються у медичній практиці в Україні, сформовано модельний склад таблеток рабепразолу 0,01 г. У розрахунку застосовано загальні витрати матеріалів у виробництві у розмірі до 3 %. Результати планової калькуляції за економічним методом основних і допоміжних матеріалів таблетки рабепразолу 0,01 г за статтями витрат (табл. 1) показують, що із загальної суми витрат 12870,82 грн вартість основних матеріалів складає 11574,87 грн, а допоміжних – 1295,95 грн.

Розрахунок планової собівартості виробництва таблеток рабепразолу 0,01 г за статтями витрат наведено в табл. 2.

Тобто планові загальні витрати на готову продукцію складають 21661,59 грн. Розрахунок прибутку, рентабельності і ПДВ згідно з маркетинговим підходом наведено в табл. 3.

Структуру розподілу вартості й економічної доданої вартості таблеток рабепразолу 0,01 г між виробником, оптовиком і аптекою (на одну упаковку) наведено в табл. 4.

Отже, додана вартість таблеток рабепразолу 0,01 г у виробника становитиме 47,93 грн (60,80 грн – 12,87 грн) або 78,83 % ціни виробника за упаковку, а загальна додана вартість ЛЗ – 74,53 грн (87,40 грн – 12,87 грн) або 85,27 % роздрібною ціною.

Структуру доданої вартості таблеток рабепразолу 0,01 г № 30 у виробника наведено на рис. 3.

Висока частка доданої вартості дає змогу суб'єктам господарювання на стадіях виробництва, оптової і роздрібною реалізації мати достатнє фінансове покриття витрат і одержання прибутку та підвищує зацікавленість у реалізації ЛЗ споживачам.

Таблиця 1

**РОЗРАХУНОК ВАРТОСТІ ОСНОВНИХ І ДОПОМІЖНИХ МАТЕРІАЛІВ У ВИРОБНИЦТВІ ЛЗ  
РАБЕПРАЗОЛ, ТАБЛЕТКИ 0,01 г, № 30 (тис. уп.)**

Назва	Од. виміру	Норма витрат	Ціна, грн	Сума, грн
<b>Основні матеріали</b>				
Рабепразол	кг	0,3090	34400,00	10629,60
Целюлоза мікрокристалічна	кг	3,3990	86,00	292,31
Магнію стеарат	кг	0,0433	43,40	187,92
Магнію оксид легкий	кг	0,1854	32,60	6,04
Крохмаль кукурузний	кг	0,6180	38,65	23,89
Плівкове покриття	кг	0,2890	1505,56	435,11
Разом				11574,87
<b>Допоміжні матеріали</b>				
Гофроящик (360 × 360 × 100)	тис. шт.	0,00748	1 608,00	12,03
Крохмаль картопляний	кг	0,01100	5,60	0,06
Стрічка скотч 72 мм – 120 м	шт.	0,06330	18,80	1,19
Стрічка скотч 72 × 66 м	шт.	0,00080	9,80	0,01
Листок-вкладка	тис. шт.	1,00100	24,20	24,22
Номер пакувальника	тис. шт.	0,00750	1,60	0,01
Пачка препарат таб. рабепразол 0,01 г	тис. шт.	1,00800	325,00	327,60
ПВХ 170 × 0,2 прозор. б/к	кг	3,60000	14,70	52,92
Прокладка 345 × 345	тис. шт.	0,01496	280,00	4,19
Фольга препарат таб. рабепразол 0,01 г	тис. шт.	0,66000	54,00	35,64
Етикетка 10	тис. шт.	0,00750	27,32	0,20
Інструкція для медичного застосування	тис. шт.	1,003	474,52	475,94
Фольга	тис. шт.	0,988	349,91	345,71
Етикетка транспортна (90 × 60 мм)	шт.	7,798	1,64	12,79
Дезинфікуючий засіб «Р3-cosa PUR80» 20 кг	уп.	0,007	392,27	2,75
Дезінфекційний засіб «Neomoscан CP alka 140» 24 кг	уп.	0,009	76,69	0,69
Усього	–	–	–	1295,95
Разом				12870,82

Таблиця 2

**РОЗРАХУНОК ПЛАНОВОЇ СОБІВАРТОСТІ ВИРОБНИЦТВА  
ТАБЛЕТОК РАБЕПРАЗОЛУ 0,01 г № 30 (тис. уп.)**

Назва	Од. виміру	Сума, грн	Частка, %
Основні матеріали	грн	11574,87	53,43
Допоміжні матеріали	грн	1295,95	5,98
Транспортно-заготівельні витрати	грн	25,74	0,12
Зарплата основна	грн	218,80	1,01
Зарплата додаткова (58,50 %)	грн	128,00	0,60
Нарахування на заробітну плату (22 %)	грн	76,29	0,36
Загальновиробничі витрати	грн	2054,09	9,48
Виробнича собівартість	грн	15373,74	–
Витрати на збут	грн	2582,78	11,92
Інші операційні витрати	грн	3705,07	17,10
Загальні витрати на готову продукцію	грн	21661,59	100,00



Таблиця 3

**УЗАГАЛЬНЕНІ ДАНІ ЛІКАРСЬКОГО ЗАСОБУ РАБЕПРАЗОЛ, ТАБЛЕТКИ 0,01 г, № 30**

Назва	Од. виміру	Сума
Роздрібна ціна ЛЗ	грн	87,40
Оптова ціна ЛЗ	грн	69,92
Договірна ціна виробника (за уп.)	грн	60,80
Договірна ціна виробника (за 1000 уп.)	грн	60800,00
ПДВ (7 %)	грн	3977,57
Загальні витрати на готову продукцію	грн	21661,59
Прибуток	грн	35160,84
Рентабельність	%	162,32

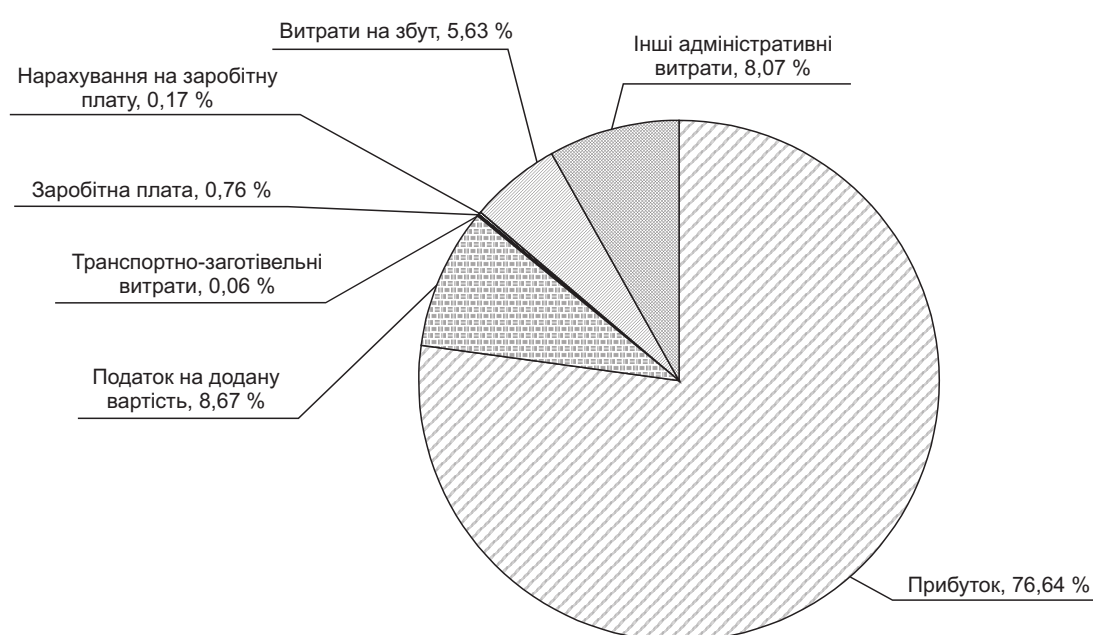


Рис. 3. Структура виробничої доданої вартості у ціні ЛЗ рабепразолу, таблетки 0,01 г, № 30, за статтями

Таблиця 4

**СТРУКТУРА РОЗПОДІЛУ ВАРТІСТІ Й ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТІСТІ  
ТАБЛЕТОК РАБЕПРАЗОЛУ 0,01 г**

Показник	Виробник	Оптовик	Аптека
Ціна, грн	60,80	69,92	87,40
Частка ціни, грн		9,12	17,48
Частка ціни, %	69,57	10,43	20,00
Сума доданої вартості, грн	47,93	57,05	74,53
Частка доданої вартості, грн	47,93	9,12	17,48
Частка доданої вартості, %	64,31	12,24	23,45

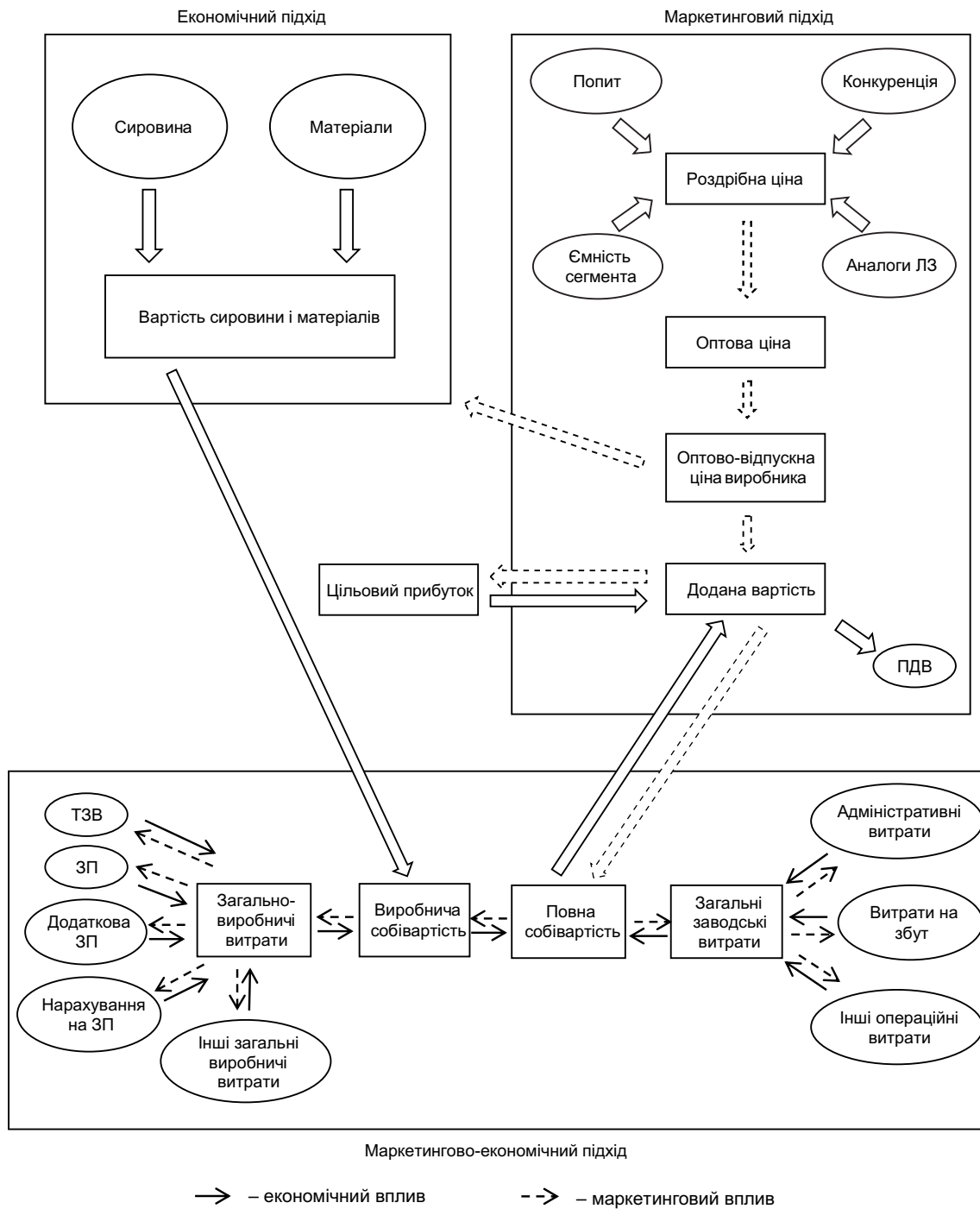


Рис. 4. Графічна схема методологічного підходу ринкового визначення доданої вартості ЛЗ рабепразолу

На основі узагальнення результатів дослідження нами розроблено графічну схему взаємовпливу економічного і маркетингового підходів у ринковому визначенні доданої вартості ЛЗ рабепразолу (рис. 4). Виділено зону економічного, зону маркетингового або цільового і зону змішаного впливу на етапах формування доданої вартості.

### Висновки і перспективи подальших досліджень

1. Узагальнено у формі алгоритму підходи щодо визначення базових показників в управлінні витратами для виробництва лікарських засобів.

2. Змодельована прогресивно-ретроградна схема методологічного ринково-

економічного підходу визначення собівартості і ціни ЛЗ. У ринковій частині графічної схеми підкреслено необхідність дослідження попиту, ємності сегмента, конкурентів і аналогів-препаратів, на основі яких установлюється роздрібна, оптова та оптово-відпускна ціна.

3. Економічним методом проведено розрахунок калькуляції планової собівартості основних і допоміжних матеріалів та виробництва таблеток рабепразол 0,01 г. Установлено, що 53,43 % у загальних витратах займають основні матеріали, а загальновиробничі витрати – 9,48 %.

4. Із використанням маркетингового підходу оцінено товарний сегмент рабепразолу та прогнозовано роздрібну й оптову ціни ЛЗ, які є соціально орієнтованими. Визначено цільовий прибуток, рентабельність виробництва та суму ПДВ за умови встановлення оптово-відпускної ціни виробника таблеток рабепразолу 0,01 г № 30 на рівні 60,80 грн за упаковку.

5. Проведено розподіл ціни і доданої вартості таблеток рабепразолу 0,01 г № 30

між виробником, оптовиком і аптекою. Так, частка доданої вартості за суб'єктами господарювання склала 64,31, 12,24, 23,45 %. Показано, що сума доданої вартості у ЛЗ, яка складає 74,53 грн на упаковку, є високим показником, що дає змогу суб'єктам господарювання на стадіях виробництва, оптової і роздрібної реалізації мати достатнє фінансове покриття витрат і прибутку.

6. Результати узагальнення й опрацювання методологічного підходу до комплексного застосування економічного і маркетингового складових в управлінні витратами, розподілі доходів і доданої вартості серед учасників товаропросування ЛЗ до споживача може бути застосовано і в поглибленому аналізі ЛЗ інших фармакотерапевтичних груп з метою оптимізації соціально орієнтованої ціни та розподілу доданої вартості серед учасників процесу.

7. Розроблено графічну схему методологічного підходу ринкового визначення доданої вартості ЛЗ рабепразолу.

**Конфлікт інтересів:** відсутній.

#### Перелік використаних джерел інформації

1. Ольховик О. Калькуляція собівартості : що за документ? *Податки і Бухоблік*. 2019. № 76. URL: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2019/september/issue-76/article-91500.html>.
2. Немченко А. С., Назаркіна В. М. Обґрунтування методичних підходів до управління собівартістю виробництва лікарських засобів. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2015. № 3 (41). С. 38–43.
3. Немченко А. С., Назаркіна В. М., Царьова К. О. Формування собівартості екстемпоральних лікарських засобів : розрахунок тарифів за індивідуальне виготовлення ліків в аптеці : метод. рек. Київ, 2015. 37 с.
4. Немченко А. С., Назаркіна В. М., Чернуха В. М. Формування собівартості екстемпоральних лікарських засобів : розрахунок тарифів за серійне виготовлення ліків в аптеці : метод. рек. Київ, 2015. 28 с.
5. Немченко А. С., Назаркіна В. М. Обґрунтування соціально ефективних напрямків удосконалення ціноутворення на лікарські засоби. *Соціальна фармація в охороні здоров'я*. 2016. Т. 2, № 3. С. 30–37. DOI: <https://doi.org/10.24959/sphhcj.16.50>.
6. Немченко А. С., Назаркіна В. М. Методичні рекомендації з формування моделі референтного ціноутворення на основні лікарські засоби в Україні. Харків : НФаУ, 2020. 28 с.
7. Галій Л. В., Немченко А. С. Методичні підходи щодо проведення державної реєстрації цін на основні лікарські засоби. *Фармацевтичний журнал*. 2003. № 4. С. 32–38.
8. Науково-методичні підходи до проведення моніторингу цін на лікарські засоби, що закуповують за державними цільовими програмами / К. Л. Косяченко та ін. *Фармацевтичний журнал*. 2011. № 1. С. 13–18. URL: <https://pharmj.org.ua/index.php/journal/article/view/703>.
9. Назаркіна В. М., Немченко А. С., Сімолян Л. С. Обґрунтування соціально-ефективних підходів до розрахунку оптово-відпускних та референтних цін на інсуліни в Україні. *Управління, економіка та забезпечення якості у фармації*. 2016. № 2 (46). С. 42–48. DOI: <https://doi.org/10.24959/uekj.16.23>.
10. Назаркіна В. М., Фурса Л. І., Слюсар Н. В. Сучасні соціальні технології моніторингу роздрібних цін на лікарські засоби в конкурентному оточенні аптеки. *Соціальна фармація: стан, проблеми та перспективи* : матеріали наук. симпозіуму у рамках VIII Нац. з'їзду фармацевтів України, м. Харків, 15-16 верес. 2016 р. Харків, 2016. С. 116–117.

11. Косяченко К. Л. Теоретичне обґрунтування та реалізація соціально-економічних принципів ціноутворення на лікарські засоби в Україні : дис. ... д-ра фармац. наук : 15.00.01. Харків : НФаУ, 2012. 408 с.
12. Кубарева І. В. Науково-методичні підходи до формування соціально-економічної системи цін на лікарські засоби : дис. ... канд. фармац. наук : 15.00.01. Харків : НФаУ, 2009. 226 с.
13. Чмыхало Н. В. Усовершенствование ценообразования на лекарства индивидуального изготовления в новых условиях хозяйствования : дис. ... канд. фармац. наук : 15.00.01. Харьков : НФаУ, 1991. 20 с.
14. Галковская Г. Фиксированные розничные цены. Эффективен ли подход для снижения цен на фармрынке? *Еженедельник Аптека*. 2016. № 16 (1037). URL: <http://www.apteka.ua/article/369849>.
15. Євтушенко О. М., Мнушко З. М., Вельма С. В. Методичні рекомендації з визначення цін реалізації на лікарські препарати під впливом ринкових факторів. Харків : НФаУ, 2009. 20 с.
16. Аналіз ціноутворення на лікарські засоби в умовах невизначеності середовища / А. М. Кричковська та ін. *Соціальна фармація в охороні здоров'я*. 2015. Т. 1, № 1. С. 80–85. DOI: <https://doi.org/10.24959/sphhcj.15.12>.
17. Пашков В. М. Особливості цінової політики держави щодо продукції фармацевтичного виробництва. *Вісник Національної академії правових наук України*. 2012. № 3. С. 146–158.
18. Пивень Е. П. Разработка основных подходов и системы показателей для проведения мониторинга эффективности функционирования системы ценообразования на продукцию фармацевтического сектора. *Фармаком*. 2008. № 2. С. 88–94.
19. Слободянюк М. М., Самборський О. С. Додана вартість у ціні лікарського засобу. Київ : Фармак. 2020. С. 3–4.
20. Трухан В. Д. Ценообразование лекарственных средств : направления совершенствования системы государственного регулирования. *Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе*. 2013. № 2 (6). С. 116–121.
21. Немченко А. С., Назаркіна В. М. Обґрунтування методичних підходів до управління собівартістю виробництва лікарських засобів. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2015. № 3 (41). С. 38–43.
22. Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості : Наказ Міністерства промислової політики України від 09.07.2007 р. № 373. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0373581-07#Text>.
23. Костюк В. Г. Наукове обґрунтування організаційно-економічних принципів формування асортиментної політики виробничих фармацевтичних підприємств : автореф. дис. ... канд. фармац. наук : 15.00.01. Харків, 2018. 28 с.
24. Фармацевтика України 2020. Інформаційний довідник. 3-є вид. Київ : Дарниця. 2020. 38 с.

## References

1. Olkhovyk, O. (2019). *Podatky and bukhoblik*, 76. Available at: <https://i.factor.ua/ukr/journals/nibu/2019/september/issue-76/article-91500.html>.
2. Nemchenko, A. S., Nazarkina, V. M. (2015). *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii*, 3 (41), 38–43.
3. Nemchenko, A. S., Nazarkina, V. M., Tsarova, K. O. (2015). *Formuvannia sobivartosti ekstemporalnykh likarskykh zasobiv: rozrakhunok taryfiv za individualne vyhotovlennia likiv v aptetsi*. Kyiv, 37.
4. Nemchenko, A. S., Nazarkina, V. M., Chernukha, V. M. (2015). *Formuvannia sobivartosti ekstemporalnykh likarskykh zasobiv: rozrakhunok taryfiv za seriine vyhotovlennia likiv v aptetsi*. Kyiv, 28.
5. Nemchenko, A. S., Nazarkina, V. M. (2016). *Sotsialna farmatsiia v okhoroni zdorovia*, 2 (3), 30–37. doi: <https://doi.org/10.24959/sphhcj.16.50>.
6. Nemchenko, A. S., Nazarkina, V. M. (2020). *Metodychni rekomendatsii z formuvannia modeli referentnoho tsinoutvorennia na osnovni likarski zasoby v Ukraini*. Kharkiv, 28.
7. Haliy, L. V., Nemchenko, A. S. (2003). *Farmatsevtichnyi zhurnal*, 4, 32–38.
8. Kosiachenko, K. L., Nemchenko, A. S., Kovalenko, O. V., Kubarieva I. V. (2011). *Farmatsevtichnyi zhurnal*, 1, 13–18.
9. Nazarkina, V. M., Nemchenko, A. S., Simonian, L. S. (2016). *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti u farmatsii*, 2, 42–48. doi: <https://doi.org/10.24959/uekj.16.23>.
10. Nazarkina, V. M., Fursa, L. I., Sliusar, N. V. (2016). Proceeding from Sotsialna farmatsiia: stan, problemy ta perspektyvy : *materialy nauk. sympoziumu u ramkakh VIII Nats. zizdu farmatsevtiv Ukrainy, (15-16 veres. 2016 r.)*. (pp. 116-117). Kharkiv.
11. Kosiachenko, K. L. (2012). *Teoretychne obgruntuвання та realizatsiia sotsialno-ekonomichnykh pryntsyypiv tsinoutvorennia na likarski zasoby v Ukraini. Doctor dissertation*. Kharkiv, 408.

12. Kubarieva, I. V. (2009). Naukovo-metodychni pidkhody do formuvannia sotsialno-ekonomichni systemy tsin na likarski zasoby. *PhD dissertation*. Kharkiv, 226.
13. Chmukhalo, N. V. (1991). Usovershenstvovanye tsenoobrazovanyia na lekarstva indyvydualnoho izgotovlenyia v novukh uslovyiakh khoziaistvovanyia. *PhD dissertation*. Kharkiv, 20.
14. Halkovskaia, H. (2016). *Ezhenedelnyk Apteka, 16 (1037)*. Available at: <http://www.apteka.ua/article/369849>.
15. Ievtushenko, O. M., Mnushko, Z. M., Velma, S. V. (2009). *Metodychni rekomendatsii z vyznachennia tsin realizatsii na likarski preparaty pid vplyvom rynkovykh faktoriv*. Kharkiv, 20.
16. Krychkovska, A. M., Parashchyn, Zh. D., Zaiarniuk, N. L. et al. (2015). *Sotsialna farmatsiia v okhoroni zdorovia, 1 (1)*, 80–85. doi: <https://doi.org/10.24959/sphhcj.15.12>.
17. Pashkov, V. M. (2012). *Visnyk Natsionalnoi akademii pravovykh nauk Ukrainy, 3*, 146–158.
18. Piven, E. P. (2008). *Farmakom, 2*, 88–94.
19. Slobodianuk, M. M., Samborskyi, O. S. (2020). Proceeding from PrAT "Farmak": *Dodana vartist u tsini likarskoho zasobu. (19 lyst. 2020 r.)*. (pp. 3-4). Kyiv.
20. Trukhan, V. D. (2013). *Modeli, systemy, seti v ekonomike, tekhnike, prirode i obshchestve, 2 (6)*, 116–121.
21. Nemchenko, A. S., Nazarkina, V. M. (2015). *Upravlinnia, ekonomika ta zabezpechennia yakosti v farmatsii, 3 (41)*, 38–43.
22. Ministerstvo promyslovoi polityky Ukrainy. (2007). Nakaz vid 09.07.2007 No. 373 "Metodychni rekomendatsii z formuvannia sobivartosti produktsii (robit, posluh) u promyslovosti". [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0373581-07#Text>.
23. Kostiuk, V. H. (2018). Naukove obhruntuvannia orhanizatsiino-ekonomichnykh pryntsypiv formuvannia asortymentnoi polityky vyrobnychkykh farmatsevychnykh pidpryemstv. *PhD dissertation*. Kharkiv, 28.
24. Farmatsevyka Ukrainy. (2020). *Informatsiinyi dovidnyk*. 3<sup>rd</sup> ed. Kyiv, Darnytsia. 38.

*Відомості про авторів:*

**Слободянюк М. М.**, доктор фармацевтичних наук, професор кафедри фармацевтичного маркетингу та менеджменту, Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я України (<http://orcid.org/0000-0001-9328-0539>). E-mail: [veritas\\_kh@ukr.net](mailto:veritas_kh@ukr.net)

**Самборський О. С.**, кандидат фармацевтичних наук, доцент кафедри організації та економіки фармації і технології ліків, Івано-Франківський національний медичний університет (<http://orcid.org/0000-0002-8913-0965>). E-mail: [aptekar05@ukr.net](mailto:aptekar05@ukr.net)

**Рогуля О. Ю.**, кандидатка фармацевтичних наук, доцентка кафедри фармацевтичного менеджменту та маркетингу, Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я України (<http://orcid.org/0000-0001-5065-4545>). E-mail: [rogulyaolga@gmail.com](mailto:rogulyaolga@gmail.com)

**Байгуш Ю. В.**, асистентка кафедри організації та економіки фармації і технології ліків, Івано-Франківський національний медичний університет (<http://orcid.org/0000-0002-6195-5236>). E-mail: [yuliya.baygush@ukr.net](mailto:yuliya.baygush@ukr.net)

*Information about authors:*

**Slobodyanyuk M. M.**, Doctor of Pharmacy (Dr. habil.), professor of the Department of Pharmaceutical Management and Marketing, National University of Pharmacy of the Ministry of Health of Ukraine (<http://orcid.org/0000-0001-9328-0539>). E-mail: [veritas\\_kh@ukr.net](mailto:veritas_kh@ukr.net)

**Samborskyi O. S.**, Candidate of Pharmacy (Ph. D.), associate professor of the Department of Organization and Economy of Pharmacy and Drug Technology, Ivano-Frankivsk National Medical University (<http://orcid.org/0000-0002-8913-0965>). E-mail: [aptekar05@ukr.net](mailto:aptekar05@ukr.net)

**Rohulia O. Yu.**, Candidate of Pharmacy (Ph.D.), associate professor of the Department of Pharmaceutical Management and Marketing, National University of Pharmacy of the Ministry of Health of Ukraine (<http://orcid.org/0000-0001-5065-4545>). E-mail: [rogulyaolga@gmail.com](mailto:rogulyaolga@gmail.com)

**Baygush Yu. V.**, teaching assistant of the Department of Organization and Economy of Pharmacy and Technology of Drugs, Ivano-Frankivsk National Medical University (<http://orcid.org/0000-0002-6195-5236>). E-mail: [yuliya.baygush@ukr.net](mailto:yuliya.baygush@ukr.net)

*Сведения об авторах:*

**Слободянюк Н. М.**, доктор фармацевтических наук, профессор кафедры фармацевтического маркетинга и менеджмента, Национальный фармацевтический университет Министерства здравоохранения Украины (<http://orcid.org/0000-0001-9328-0539>). E-mail: [veritas\\_kh@ukr.net](mailto:veritas_kh@ukr.net)

**Самборский О. С.**, кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры организации и экономики фармации и технологии лекарств, Ивано-Франковский национальный медицинский университет (<http://orcid.org/0000-0002-8913-0965>). E-mail: [aptekar05@ukr.net](mailto:aptekar05@ukr.net)

**Рогуля О. Ю.**, кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры фармацевтического менеджмента и маркетинга, Национальный фармацевтический университет Министерства здравоохранения Украины (<http://orcid.org/0000-0001-5065-4545>). E-mail: [rogulyaolga@gmail.com](mailto:rogulyaolga@gmail.com)

**Байгуш Ю. В.**, ассистент кафедры организации и экономики фармации и технологии лекарств, Ивано-Франковский национальный медицинский университет (<http://orcid.org/0000-0002-6195-5236>). E-mail: [yuliya.baygush@ukr.net](mailto:yuliya.baygush@ukr.net)

Надійшла до редакції 25.02.2021 р.