

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ МЕДИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
КАФЕДРА ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЕКОНОМІКИ ФАРМАЦІЇ З ПСЛЯДИПЛОМНОЮ  
ПІДГОТОВКОЮ

Навчальний посібник з ВК  
«Ціноутворення у фармації»

для студентів 5 курсу  
спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація», освітньої кваліфікації  
«Магістр фармації», заочної форми здобуття освіти

ОДЕСА-2024

### 1. Опис навчальної дисципліни:

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, спеціалізація, рівень вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
Загальна кількість:	Галузь знань <u>22 «Охорона здоров'я»</u>	Вибіркова Заочна форма навчання
Кредитів: 3,0	Спеціальність <u>226 «Фармація, промислова фармація»</u>	Рік підготовки: 5
Годин: 90	Спеціалізація <u>226.01 «Фармація»</u>	Семестри X
Змістових модулів: 1	Рівень вищої освіти <u>другий (магістерський)</u>	Лекції (0 год)
		Семінарські (0 год)
		Практичні (6 год)
		Лабораторні (0 год)
		Самостійна робота (84 год)
		Форма підсумкового контролю – залік

### 2. Мета та завдання навчальної дисципліни, компетентності, програмні результати навчання

**Мета:** набути здобувачем вищої освіти знань щодо питань формування цін на лікарські засоби, які відпускаються з аптечних закладів та їх структурних підрозділів, зокрема розуміння основних засад методики розрахунку цін та аналізу ціноутворюючих чинників, знання законодавчо-правових актів у цій сфері, тощо.

**Завдання:** теоретична та практична підготовка здобувачів з питань теоретичних основ ціноутворення на лікарські засоби; законодавчо-правового регулювання ціноутворення у фармації; організаційно-економічного механізму ціноутворення; методів регулювання формування цін на лікарські засоби в Україні; видів цін на лікарські засоби та їх класифікації; моніторинг та контроль за цінами.

#### Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 3 кредити ЄКТС – 90 годин.

#### Зміст навчальної дисципліни

#### Тема 1. Забезпечення доступу і доступності основних лікарських засобів як глобальна проблема

Доступ і доступність основних лікарських засобів в умовах формування Національної лікарської політики. Розвиток теоретико-прикладних основ ціноутворення на лікарські засоби. Дослідження доступності основних лікарських засобів за методологією ВООЗ в Україні й світі. Характеристика системи ціноутворення і відшкодування вартості ліків лікарських засобів в інших країнах світу.

#### Тема 2. Наукові підходи до ціноутворення на лікарські засоби

Поняття ціни, цінності та вартості у фармації. Методологія і принципи ціноутворення у фармації. Склад і структура ціни на лікарські засоби. Система цін на лікарські засоби. Поняття і класифікація методів ціноутворення. Визначення

цінової політики фармацевтичної організації. Цінові стратегії фармацевтичної організації. Прогнозування попиту на лікарські засоби залежно від рівня цін

**Тема 3. Система управління фармацевтичним прайсингом** Управління прайсингом: міжнародний досвід. Мережі та інфраструктура в управлінні прайсингом. Інформаційні бази даних про ціни на лікарські засоби. Законодавство ЄС у сфері ціноутворення на лікарські засоби та реімбурсації. Основні цінові політики підвищення доступності лікарських засобів, рекомендовані ВООЗ. Міжнародний досвід: моделі ціноутворення на лікарські засоби

**Тема 4. Сучасна модель ціноутворення на лікарські засоби в Україні**

Сучасний стан доступності фармацевтичної допомоги для населення України (ринок). Нормативно-правова база державного регулювання і контролю цін на лікарські засоби в Україні. Оцінка ефективності пілотних проєктів щодо регулювання цін на лікарські засоби та реімбурсації. Особливості реалізації цінової політики підвищення доступності лікарських засобів в Україні з урахуванням рекомендацій ВООЗ. Особливості цінової політики держави щодо генериків і фармацевтичних інновацій. Ціновий моніторинг.

**Тема 5. Референтне ціноутворення на лікарські засоби**

Аналіз референтного ціноутворення у різних країнах світу. Основні методологічні засади застосування референтного ціноутворення. Використання референтного ціноутворення на лікарські засоби: вплив на систему охорони здоров'я та економіку країни. Обґрунтування узагальненої моделі ціноутворення на препарати інсулінів і реімбурсації вартості. Міжнародний досвід підвищення доступності основних лікарських засобів шляхом запровадження механізмів реімбурсації їхньої вартості

### **Теоретичні питання для підготовки до практичних занять**

#### **та самостійної роботи здобувача:**

1. Дайте визначення ціни за ринковим підходом.
2. Назвіть основні функції ціни в умовах ринкової економіки.
3. Які завдання виконує обліково-вимірвальна функція ціни?
4. Які завдання виконує стимулююча функція ціни?
5. Які завдання виконує розподільча функція ціни?
6. Дайте визначення поняттям «доступ» та «доступність»
7. Сформулюйте основний принцип ціноутворення в умовах фармацевтичного ринку.
8. Чому і в умовах ринкової економіки необхідно поєднувати вільне ціноутворення з елементами його державного регулювання?
9. Які основні цінові політики підвищення доступності лікарських засобів, рекомендовані ВООЗ?
10. Назвіть цінові стратегії фармацевтичної організації
11. Назвіть основні види цін у фармації.
12. На які види ціни поділяються з врахуванням міри впливу держави на процес ціноутворення?

13. Які ціни називаються регульованими?
14. Назвіть основні складові роздрібною ціни.
15. Які методологічні засади референтного ціноутворення?
16. Які особливості цінової політики держави щодо генериків і фармацевтичних інновацій
17. Яким чином світові ціни впливають на ціни внутрішнього ринку?
18. Охарактеризуйте механізм реімбурсації вартості лікарських засобів
19. Охарактеризуйте основні положення діючої редакції Закону України “Про ціни та ціноутворення”.
20. Що таке ціновий моніторинг та його значення.
21. На які державні органи в Україні покладені повноваження контролю за цінами?
22. Підстави для застосування санкцій за порушення державної дисципліни цін.
23. Назвіть найбільш розповсюджені порушення у сфері ціноутворення.
24. Що є підставою для штрафних санкцій?
25. Які штрафні санкції передбачаються за порушення державної дисципліни цін?
26. Як класифікуються цінові порушення з огляду антимонопольного законодавства?
27. В якому випадку настає кримінальна відповідальність за порушення встановленого порядку ціноутворення?

*Приклади тестових завдань до вхідного контролю з ВК «Ціноутворення у фармації»*

1. Для клієнтів ціна це?
  - A. Те, за допомогою чого можна порівняти конкуруючі товари.
  - B. Клієнти розглядають ціну з точки зору її доступності.
  - C. Клієнти розглядають ціну з точки зору кількості та якості придбаних благ, задоволених потреб.
  - D. Усі відповіді вірні.
2. Виберіть правильне визначення собівартості:
  - A. Кількість суспільно необхідної праці, втіленої у товарі.
  - B. Вартість засобів виробництва.
  - C. Грошовий вираз витрат підприємства на виробництво та реалізацію продукції.
3. Яке з визначень ціни помилкове?
  - A. Ціна — це грошове вираження вартості товару.
  - B. Ціна — це кількість грошей, які сплачуються за певну кількість товарів чи послуг певної якості.
  - C. Ціна — це кількість грошей, яка відшкодовує витрати виробника та забезпечує рівновеликий прибуток на рівновеликий капітал.
  - D. Ціна — це фактор стабільної роботи підприємства.

4. Основні цілі ціноутворення в маркетингу?
- A. «Виживання», диверсифікація виробництва, задоволення потреб споживачів.
  - B. Максимізація прибутку, збутова політика, просування.
  - C. Максимізація збуту, впровадження нових технологій, максимізація прибутку.
  - D. «Виживання», максимізація прибутку, максимізація збуту.
5. Яка функція ціни відображає її сутність як грошового вираження вар-тості?
- A. Балансуюча.
  - B. Розміщення виробництва.
  - C. Стимулююча.
  - D. Обліково-вимірювальна.
6. Маркетинг, як вид людської діяльності направлений на?
- A. Задоволення потреб споживачів.
  - B. Вивчення ринку та максимізації прибутку.
  - C. Задоволення потреб споживачів та максимізації прибутку виробників.
  - D. Аналіз поведінки споживачів при угодах купівлі-продажу.
7. Маркетингове ціноутворення — це?
- A. Процес визначення реакції покупців на підвищення чи зниження цін.
  - B. Виробнича програма підприємства, яка охоплює обмежену кількість, що визначає можливість обґрунтування рівня цін кожного окремого виду продукції.
  - C. Сукупність заходів разового та короткострокового характеру, які доповнюють стратегічні наміри з метою більш гнучкої адаптації до змін маркетингового середовища.
  - D. Процес виробництва.
8. Яка функція ціни спонукає виробників до економії витрат, покращення якості продукції, науково-технічного прогресу?
- A. Балансуюча.
  - B. Обліково-вимірювальна.
  - C. Стимулююча.
9. Які зовнішні чинники впливають рішення підприємств щодо встановлення цін?
- A. Ринкова стратегія та тактика виробника.
  - B. Обсяг та тенденції попиту на товари
  - C. Імідж виробника зовнішньому ринку.
10. Які внутрішні чинники впливають під час встановлення ціни на продукцію?
- A. Особливості виробничого процесу, специфіка продукції.
  - B. Наявність та рівень конкуренції.
  - C. Рівень та динаміка інфляції.
11. Який принцип маркетингового ціноутворення передбачає врахування економічних законів розвитку економіки, зовнішніх та внутрішніх чинників ціноутворення?
- A. Єдність процесу ціноутворення.
  - B. Безперервність.

- C. Цільова спрямованість.
- D. Науковість.

12. Який принцип маркетингового ціноутворення передбачає врахування існуючих економічних та соціальних проблем у діяльності підприємства?

- A. Науковість.
- B. Безперервність.
- C. Цільова спрямованість.

13. Який принцип маркетингового ціноутворення передбачає постійну корекцію ціни товару?

- A. Науковість.
- B. Безперервність.
- C. Цільова спрямованість.

14. Який принцип передбачає контроль за цінами з боку держави?

- A. Єдність процесу ціноутворення.
- B. Безперервність.
- C. Цільова спрямованість.
- D. Науковість.

15. Яка з перерахованих теорій ціноутворення належить до витратних?

- A. Теорії А. Сміта, Д. Рікардо.
- B. Маржинальна теорія ціни.
- C. Теорія Самуельсона.

16. Ціноутворення на конкурентному ринку характеризується:

- A. Неціновою конкуренцією.
- B. Перехресною еластичністю попиту та пропозиції.
- C. «Ціновими війнами».

17. Ціноутворення над ринком монопольної конкуренції характеризується:

- A. Встановленням ціни суб'єктом-монополістом.
- B. Невеликою кількістю підприємств, що диктують ціни на ринку.
- C. Встановленням диференційованих цін з урахуванням особливості товару.

18. Ціноутворення на олігопольному ринку характеризується:

- A. Неціновою конкуренцією.
- B. Істотним впливом принаймні одного підприємства на ринкові ціни.
- C. Державним регулюванням цін.

19. Визначте основні елементи роздрібною ціни товару:

- A. Повна собівартість, прибуток, акцизний збір, торгова націнка.
- B. Повна собівартість, прибуток, акцизний збір, податок на додану вартість, оптові та роздрібні торгові націнки.
- C. Повна собівартість. Прибуток оптової та роздрібною торгівлі, податок на додану вартість.

20. Які елементи формують повну собівартість товару?

- A. Витрати, пов'язані з використанням сировини, матеріалів, палива, електроенергії, основних фондів, трудових ресурсів, інші витрати на виробництво та реалізацію продукції.

В. Витрати на виробництво, оплату праці, амортизація основних фондів.

С. Загалом виробничі витрати, амортизація основних фондів і нематеріальних активів, відрахування на соціальні заходи.

21. Які з наведених нижче витрат формують виробничу собівартість виробу?

А. Прямі матеріальні витрати, нерозподілені постійні загально — виробничі витрати.

В. Прямі матеріальні витрати, прямі видатки на оплату праці, інші прямі витрати, загальновиробничі витрати.

С. Матеріальні витрати, трудові витрати, амортизація основних фондів, нерозподілені постійні витрати.

22. Метод аукціону є різновидом моделі маркетингового ціноутворення, яка базується на.

А. Конкуренції.

В. Попиті.

С. Пропозиції.

Д. Витратах на виробництво.

23. З якою метою у ціну виробу включається цільовий прибуток?

А. Підприємство прагне одержати запланований обсяг прибутку.

В. Підприємство забезпечує планові обсяги реалізації продукції.

С. Підприємство дотримується запланованих цін із метою отримання прибутку.

24. Які витрати можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного виробу?

А. Прямі.

В. Непрямі.

С. Прямі та непрямі.

25. Які витрати залишаються умовно-постійними у разі зміни обсягів діяльності?

а. Загальновиробничі.

б. Постійні.

с. Умовно змінні.

д. Змінні.

26. До яких витрат належать витрати на сировину, матеріали, інструменти, електроенергію?

А. Постійних.

В. Умовно незмінних.

С. Змінних.

27. З якою метою у ціну виробу включається прибуток?

а. Для покриття витрат на виробництво продукції.

б. Для сплати податків та обов'язкових відрахувань.

с. Для розширення виробництва, підвищення добробуту працівників.

28. Акцизний збір — це:

А. Прямий податок.

В. Непрямий податок.

С. Обов'язковий збір із підприємств.

29. Платниками акцизного податку є:
- Організації та підприємства всіх форм власності незалежно від виду діяльності.
  - Підприємства, що виробляють високоприбуткові товари, підприємства — монополісти.
  - Покупці продуктів, предметів розкоші.
30. З якою метою до вартості окремих виробів включається акцизний збір?
- Для стягнення податку за новостворену вартість.
  - Для відшкодування додаткових витрат підприємства.
  - Для перерозподілу прибутку від виробництва та реалізації високорентабельних та монопольних товарів.
31. Ставки акцизного збору встановлюються:
- Єдиними попри всі підакцизні товари.
  - Диференційовано за видами товарів.
  - Диференційовано за видами товарів та місцем виробництва.
32. Податок на додану вартість — це:
- Прямий податок.
  - Непрямий податок.
  - Обов'язковий збір з підприємства.
33. Платниками податку на додану вартість є:
- Підприємства, що виробляють, реалізують продукцію, виконують роботи, надають послуги.
  - Підприємства, які виробляють прибуткову продукцію та надають рентабельні послуги.
  - Підприємства, які реалізують високоприбуткові товари та надають високорентабельні послуги.
34. З якою метою у ціну включається податок на додану вартість?
- Для перерозподілу прибутку від виробництва та реалізації високорентабельних та монопольних товарів.
  - Для відшкодування додаткових витрат на виробництво та реалізацію продукції.
  - Для формування фінансових передумов сплати податку за новостворену вартість.
35. Цінові знижки як складова відпускної ціни є:
- Обов'язковим елементом ціни.
  - Регулюються законодавчими актами.
  - Мають необов'язковий характер.
36. З якою метою надаються цінові знижки?
- Для підвищення прибутку підприємств-реалізаторів.
  - Для стимулювання та підвищення зацікавленості підприємств-реалізаторів у реалізації продукції.
  - Для відшкодування витрат підприємств-реалізаторів.
37. Якщо на кожну нову партію товару підприємство знижує відпускну ціну, це:
- Дилерська знижка.



- b. Бонусна знижка.
- c. Знижка «сконто».
- d. Прогресивна знижка.

38. Якщо фактурна вартість товару оплачується раніше визначеного терміну, це:

- a. Знижка «сконто».
- b. Дисконтна знижка.
- c. Знижка «декорт».

39. Якщо відбувається термінова оплата товару готівкою, надається:

- a. Бонусна знижка.
- b. Знижка «сконто».
- c. Особиста знижка.

40. З якою метою встановлюється оптово-збутова націнка?

- a. Для відшкодування витрат та отримання прибутку оптово-посередницькими структурами.
- b. Для отримання прибутку та сплати податків.
- c. Для відшкодування витрат обігу торговельних підприємств.

41. З якою метою встановлюються роздрібні торгові націнки?

- a. Для підвищення прибутку торговельних підприємств.
- b. Для відшкодування витрат обігу та отримання прибутку роздрібними торговельними підприємствами.
- c. Для стимулювання роздрібних торговельних підприємств до збільшення обсягів реалізації.

42. Система цін — це:

- A. Конкретні види взаємопов'язаних цін.
- B. Упорядкована сукупність різних видів цін, що обслуговують галузі економіки.
- C. Різні види цін, що виконують конкретні завдання.

43. По каналах руху, ціни поділяються на:

- a. Виробничі, відпускні, оптово-посередницькі, роздрібні.
- b. Світові, державні, місцеві.
- c. Ціни продавців, ціни посередників, ціни покупців.

44. До складу виробничої ціни підприємства включаються:

- a. Собівартість, прибуток, акцизний збір.
- b. Собівартість, прибуток, ПДВ, цінові знижки.
- c. Собівартість, прибуток.

45. До складу відпускної ціни виробника включаються:

- a. Собівартість, прибуток підприємства.
- b. Собівартість, прибуток, ПДВ, цінові знижки.
- c. Виробнича ціна, акцизний збір, ПДВ, цінові знижки.

46. Оптово-посередницька ціна містить:

- a. Виробничу ціну, оптово-посередницьку націнку.
- b. Відпускну ціну, оптово-посередницьку націнку.
- c. Виробничу ціну, ПДВ, оптово-посередницьку націнку.

47. Роздрібна ціна включає:

- a. Відпускну ціну виробника, торгіву націнку.

- b. Відпускну ціну, ПДВ, торгіву націнку.
  - c. Відпускну ціну, ПДВ, оптово-посередницьку та торгіву націнку.
48. За рівнем регулювання, ціни поділяються на:
- a. Монопольні, конкурентні.
  - b. Тверді, базисні, плинні.
  - c. Фіксовані, регульовані, вільні, договірні.
49. Що таке фіксовані ціни?
- a. Максимальна ціна, перевищувати яку підприємство немає права.
  - b. Ціна, яка встановлюється, змінюється чи скасовується державними органами.
  - c. Ціна, при якій, обмежуються окремі її складові.
50. Які ціни називаються регульованими?
- a. Такі, що встановлюються за домовленістю між продавцем та покупцем.
  - b. Такі, що встановлюються та змінюються державою.
  - c. Такі, що мають обмеження щодо максимального або мінімального їх розміру, або обмеження окремих складових частин у ціні.
51. Які ціни формуються під впливом кон'юнктури ринку?
- a. Вільні.
  - b. Договірні.
  - c. Індикативні.
52. Ціни, що встановлюються підприємствами, що займають найбільший сегмент ринку, називають:
- A. Конкурентні.
  - B. Демпінгові.
  - C. Монопольні.
53. Яким чином класифікуються ціни в залежності від обліку транспортних витрат?
- a. Ціна продавця, вартість покупця.
  - b. Ціни франко-склад продавця, франко-склад покупця.
  - c. Ціна нетто, ціна брутто.
54. Характерною ознакою вільного ціноутворення на ринку є:
- a. Визначення ціни виключно під впливом попиту та пропозиції.
  - b. Вільне встановлення цін окремими суб'єктами з урахуванням державної політики ціноутворення.
  - c. Вільне встановлення та диктування цін з боку підприємств-виробників.
55. Державна політика ціноутворення передбачає:
- a. Розширення сфери застосування вільних цін.
  - b. Забезпечення рівних економічних умов підприємств, соціальних гарантій населенню.
  - c. Невтручання у процес ціноутворення.
56. Яке із певних завдань не стосується державного регулювання цін?

- a. Забезпечення необхідних масштабів та темпів розвитку різних сфер та галузей економіки.
- b. Стимування інфляційних процесів.
- c. Відшкодування витрат підприємств на виготовлення та реалізацію продукції.
- d. Забезпечення населення конкурентоспроможною вітчизняною продукцією.

57. У чому полягає сутність державного регулювання цін?

- a. Державне замовлення продукції.
- b. Встановлення певних правил ціноутворення через законодавчі та нормативні акти.
- c. Регулювання витрат підприємств через встановлення норм та нормативів.

58. Пряме державне регулювання здійснюється при встановленні цін на:

- a. Електроенергію, водопостачання, послуги транспорту, зв'язку.
- b. Товари першої життєвої потреби.
- c. Соціально-шкідливі товари.

59. Непрямі методи державного регулювання цін передбачають:

- a. Встановлення певних правил ціноутворення із боку держави.
- b. Антимонопольні заходи, зниження соціальної напруги у суспільстві.
- c. Державне замовлення продукції, регулювання витрат підприємства.

60. Надання податкових пільг, звільнення від податків, пільгова система кредитування належать до:

- a. Прямих методів державного регулювання.
- b. Непрямих.
- c. Економічних.
- d. Адміністративно-командних.

61. В чому полягає сутність економічних методів державного регулювання цін?

- a. Встановлення дотацій окремим виробникам.
- b. Виважена податкова, кредитна, імпортно-експортна політика держави.
- c. Встановлення граничних рівнів цін чи граничних відхилень від фіксованих цін.

62. До адміністративно-командних методів державного регулювання цін належать:

- a. Встановлення фіксованих та регульованих цін.
- b. Надання податкових пільг, звільнення від податків.
- c. Суворе дотримання антимонопольного законодавства.
- d. Укладення угод на купівлю товарів за певною ціною.

63. Надання дотацій та субсидій належить до:

- a. Економічних методів регулювання цін.
- b. Прямих.
- c. Адміністративно-командних.

64. При оприбуткуванні товару, що надійшов, аптека відображає суму торгової

націнки. Як розраховується торгова (роздрібна) націнка?

- A Різниця між роздрібною і закупівельною вартістю товарів.
- B Різниця між роздрібною ціною і торгівельною націнкою.
- C Різниця між роздрібною ціною і митною ціною.
- D Різниця між закупівельною і оптово-відпускною ціною
- E Різниця між товарними залишками

65. Студент-практикант при заповненні щоденника написав: "Виручка від продажу безпосередньо населенню споживчих товарів - це ...". Визначенням якого економічного показника це є.

- A Торгові накладення
- B Оптовий товарообіг
- C Роздрібний товарообіг
- D Витрати
- E Прибуток

66. В економічному аналізі діяльності аптек використовується ряд абсолютних показників. Назвіть показник, що визначається за формулою «дохід від реалізації – собівартість реалізованого товару»

- A Чистий прибуток
- B Сума витрат
- C Рівень витрат
- D Валюта балансу
- E Сума торгових накладень (торгової надбавки)

67. Обіг товару в аптеках здійснюється в роздрібних цінах. Як називається різниця між продажною і закупівельною вартостями товару?

- A Дохід від реалізації товарів
- B Витрати
- C Інші доходи від операційної діяльності
- D Торгова націнка
- E Інші надзвичайні доходи

68. В кінці місяця в аптеці розраховується сума реалізованих торгових накладень. Вкажіть показник, який НЕ використовується в розрахунках?

- A Залишок товару на початок місяця в оптових цінах
- B Сума надходження товару в роздрібних і оптових цінах
- C Залишок товару на початок місяця в роздрібних цінах
- D Сума готівки в касі аптеки
- E Сума реалізації товару

### Рекомендована література

#### Основна:

1. Методологія ціноутворення на лікарські засоби в системі охорони здоров'я та фармації: монографія / В. М. Назаркіна, А. С. Немченко, К. Л. Косяченко, М. М. Бабенко; за наук. ред. А. С. Немченко. – Київ : «Фармацевт Практик», 2022. – 288 с.

2. Немченко А. С., Назаркіна В. М. Методичні рекомендації

з формування моделі референтного ціноутворення на основні лікарські засоби в Україні. Харків : НФаУ, 2020. 28 с.

3. Основи менеджменту і маркетингу у фармації: Навч.-метод. посіб. для вищих мед. (фарм.) закладів / уклад. Н.М. Косяченко, В.П. Горкуша та ін. — К., 2018. — 49 с.

#### **Додаткова:**

4. Визначення вартості інвестиційного проекту з розробки нового генеричного лікарського засобу на основі змістовного підходу / М. М. Слободянюк та ін. Соціальна фармація в охороні здоров'я. 2019. Т. 5, № 1. С. 3–14. 4.

5. Витрати на охорону здоров'я і доступ до лікування в Україні. Висновки з дослідження та рекомендації для покращення ситуації / KSE та IQVIA за підтримки ACC та APRaD. 2020. URL: [http://publications.chamber.ua/2020/HCC/ACC\\_APRaD\\_Presentation\\_UPD\\_12.12\\_final.pdf](http://publications.chamber.ua/2020/HCC/ACC_APRaD_Presentation_UPD_12.12_final.pdf).

6. Назаркіна В. М., Немченко А. С. Міжнародний досвід управління прайсингом як основа цінової доступності лікарських засобів. Соціальна фармація в охороні здоров'я. 2017. Т. 3, № 2. С. 24–33.

7. Оцінка доступності основних ЛЗ для амбулаторного лікування в Україні. Копенгаген: ЄРБ ВООЗ; 2021. 110 с.

#### **Електронні інформаційні ресурси**

8. Законодавство України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>

9. Щотижневник «Аптека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/>.

10. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

11. Державний реєстр лікарських засобів України. URL: <http://vwww.drlz.kiev.ua/>

12. Державний формуляр лікарських засобів. URL: <https://www.dec.gov.ua/materials/chinnij-vipusk-derzhavnogo-formulyara-likarskih-zasobiv/>

13. ATC/DDD Index 2022. WHO Collaborating Centre for Drug Statistics Methodology. URL: [https://www.whocc.no/atc\\_ddd\\_index/](https://www.whocc.no/atc_ddd_index/).