

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу ступеня вищої освіти магістр,
спеціальності 226 Фармація, промислова фармація

Шаімаа Мухуб

на тему: «Аналіз інструментів і підходів в маркетинговій стратегії просування нових лікарських засобів»

Актуальність теми. Тема кваліфікаційної роботи «Аналіз інструментів і підходів в маркетинговій стратегії просування нових лікарських засобів» є актуальною у сучасних умовах стрімкого розвитку фармацевтичного ринку, конкуренції та зростаючих вимог споживачів до якості та ефективності лікарських засобів. Особливого значення набуває розробка та реалізація ефективних маркетингових стратегій. Необхідно зазначити, що просування нових препаратів вимагає не лише високого рівня наукових і технологічних знань, а й глибокого розуміння сучасних маркетингових інструментів і підходів. Із зростанням ролі цифрових технологій, зміною поведінки споживачів і посиленням регуляторного контролю, традиційні методи просування стають менш ефективними. Це зумовлює потребу в аналізі нових маркетингових стратегій, що враховують персоналізований підхід, цифрову комунікацію, контент-маркетинг, соціальні медіа, а також специфіку фармацевтичної галузі, зокрема етичні та правові обмеження. Дослідження сучасних підходів до просування нових лікарських засобів дозволяє не лише підвищити ефективність маркетингових кампаній, а й забезпечити своєчасне інформування медичних працівників і пацієнтів про нові терапевтичні можливості. Отже, вивчення та аналіз інструментів маркетингової стратегії просування є надзвичайно актуальним як з точки зору науки, так і з практичного боку для фармацевтичних компаній, маркетингологів і системи охорони здоров'я загалом.

Оцінка рівня роботи. Ступінь розкриття теми. Достовірність наведеної в роботі інформації, правдивість фактичних даних.

Магістерська робота відзначається належним рівнем професійної підготовки здобувача. Автор продемонстрував здатність проводити аналіз, узагальнювати інформації та формувати власні висновки. Аналіз літературних джерел з досліджуваного питання проведено, але деякі розділи дослідження потребують більш обґрунтованих висновків. Важливою складовою роботи є вивчення даних Української асоціації маркетингу та бізнес-сайтів, які проводять маркетингові дослідження у сферах охорони здоров'я, медицині та фармації. Представлені в роботі дані підтверджені посиланнями на перевірені джерела.

Пропозиції автора з теми дослідження. Автором на підставі огляду літературних джерел зроблені пропозиції щодо вдосконалення маркетингових стратегій просування лікарських засобів. Запропоновано застосовувати комплексний підхід, що об'єднує традиційні та цифрові інструменти, зокрема персоналізований контент-маркетинг, SMM, Big Data-аналітику та CRM-системи. Рекомендовано в роботі особливу увагу приділити сегментації цільової аудиторії, розмежовуючи підходи до лікарів, фармацевтів і пацієнтів. Зазначено, що в умовах нормативних обмежень ефективним є використання непрямої комунікації та освітніх програм. Такий підхід сприятиме не лише підвищенню ефективності просування, а й створенню довгострокової цінності для споживачів.

Практична цінність висновків, рекомендацій та їх обґрунтованість.

Запропоновані у дослідженні висновки та рекомендації мають практичну цінність для фармацевтичних компаній, що планують виведення нових лікарських засобів на ринок. Комплексний маркетинговий аналіз, який охоплює вивчення ринку, оцінку конкурентного середовища, дотримання законодавчих норм та сертифікаційних вимог (зокрема GMP, GLP, GCP), є важливою умовою ефективного планування просування. Автор надає рекомендації: пропонує системний підхід до просування нових лікарських засобів, який включає збалансований маркетинговий комплекс, використання відповідальної реклами

споживачам, раннє залучення стейкхолдерів і врахування поведінки лікарів. Для адаптації до змін ринку рекомендовано стратегічне управління, посилення внутрішньої співпраці, цифрову трансформацію та використання гіпотези адаптивних ринків. Ці заходи спрямовані на підвищення ефективності виходу препарату на ринок і забезпечення його конкурентоспроможності. Висновки подані в роботі, не мають повної аргументованості, оскільки аналітична частина дослідження розкрито недостатньо глибоко. Це ускладнює надання аргументованого обґрунтування запропонованих стратегій. Структура роботи загалом відповідає встановленим вимогам, однак побудована не досить логічно та послідовно: наявна надмірна деталізація у вигляді великої кількості підрозділів і підпунктів, що ускладнює сприйняття змісту. Водночас виклад матеріалу є зрозумілим, дотримано основних вимог наукового стилю, а також спостерігається достатній рівень мовної грамотності автора.

Недоліки роботи.

1. У розділі 2 «Аналіз маркетингу нових лікарських засобів» використано статистичні дані, отримані з наукових джерел та галузевих досліджень. Проте слід зазначити, що конкретні статистичні методи обробки та аналізу цих даних не були чітко визначені та впроваджені, що обмежує якість аналізу.
2. У роботі недостатньо використано візуальні інструменти подання інформації, зокрема таблиць, графіків і діаграм. Це ускладнює сприйняття деяких аналітичних розділів і знижує наочність результатів дослідження.

Переваги роботи.

1. Тема кваліфікаційної роботи є актуальною та має прикладне значення для практики фармацевтичного бізнесу.
2. Автор здійснив ретельний аналіз широкого кола джерел, що забезпечило теоретичне підґрунтя дослідження.
3. У роботі сформульовано детальні та обґрунтовані рекомендації щодо впровадження маркетингових інструментів для просування нових лікарських засобів.
4. Виклад матеріалу свідчить про належний рівень володіння науковим стилем і мовною грамотністю.
5. Подані в роботі дані є достовірними та базуються на перевірених джерелах.

Кваліфікаційна робота здобувачки ступеня магістра спеціальності 226 «Фармація, промислова фармація» Шаїмаа Мухуб на тему: «Аналіз інструментів і підходів у маркетинговій стратегії просування нових лікарських засобів» демонструє належний рівень теоретичної підготовки та сформовані дослідницькі навички. Робота відповідає встановленим вимогам до магістерських кваліфікаційних досліджень за зазначеною спеціальністю, може бути рекомендована до захисту та заслуговує на позитивну оцінку.

Рецензент :

доц., к. н. з держ. упр.



Вікторія Кий-Кокарсва

11 червня 2025 року

