ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ РИНОК УКРАЇНИ:

ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ (СІЧЕНЬ–ВЕРЕСЕНЬ 2025)

Основні основки за 9 місяців 2025 року:

Загальний обсяг роздрібного аптечного ринку досяг 162,6 млрд грн, що на +17,1% (+23,7 млрд грн) більше, ніж за аналогічний період 2024 року.

Головним рушієм залишається інфляційний чинник (+13,1%), який компенсує падіння споживання у штуках (–4%).

Ринок залишається висококонцентрованим: ТОП-20 компаній формують 40,2% обсягу, з яких ТОП-10 — майже 28%.

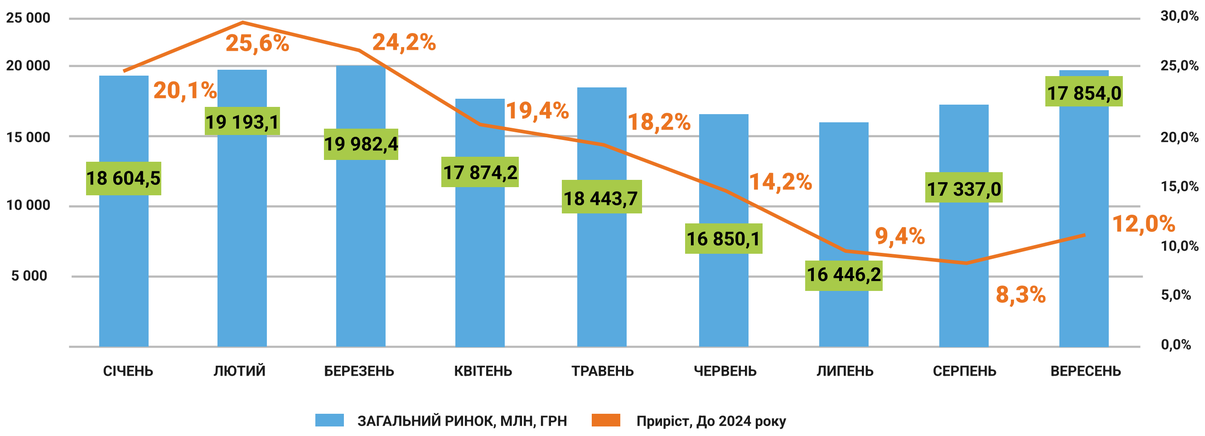
💊 **Структура аптечного кошика**

- Лікарські засоби — 79% (128,3 млрд грн, +15,7%),
- БАДи — 11% (+32,4%) — найдинамічніший сегмент,
- Медичні вироби — 3% (+12,9%),
- Косметика — 2% (+9,5%).

Далі розглянемо структуру зростання, динаміку основних гравців і товарних груп, а також фактори, що визначають поточні тренди фармацевтичного ринку.

У вересні 2025 року загальний обсяг фармацевтичного роздрібного ринку України (лікарські засоби, біологічно активні добавки, вироби медичного призначення та косметика) досяг 17,85 млрд грн, що на +12% більше порівняно з вереснем 2024 р. (приріст +1,32 млрд грн у грошовому вираженні). Але ринок почав відновлюватись після літнього спаду)

Показники динаміки фармацевтичного ринку за 2025 рік



Ключові драйвери та структура зростання ринку

- **Інфляційний фактор** забезпечив основну частку приросту — +13,1 %, залишаючись головним рушієм розширення грошового обсягу ринку.
- **Replacement (ротація брендів)** — 2,9 %
- **Innovation (нові продукти)** — 2,7 %, тобто внесок інновацій у загальний приріст залишається незначним.
- **Elastisity (цінова еластичність)** — –1,7%

При цьому реальні обсяги продажів у натуральних показниках не збільшуються, а навпаки поступово скорочуються

Ринок у натуральному вираженні (9 міс. 2025 року)

За підсумками дев'яти місяців 2025 року обсяг фармацевтичного ринку України становив 878,5 млн упаковок, що на –4 % менше, ніж за аналогічний період 2024 року (919,8 млн упаковок).

Попри зростання ринку у грошовому вираженні, споживання в натуральних показниках продовжує знижуватися. Це зумовлено **скороченням чисельності населення внаслідок міграції та депопуляційних процесів**

* Аналіз підготовлено на основі даних аудиту роздрібного фармацевтичного ринку України від аналітичної платформи «Фармсфера».

ТОП 20 КОМПАНІЙ

НА РОЗДРІБНОМУ РИНКУ ЗА 9 МІС 2025 РОКУ (ВСІ ТИПИ ТОВАРІВ)

За підсумками дев’яти місяців 2025 року ринок демонструє стабілізацію після літнього сповільнення. ТОП-20 компаній акумулювали 65,4 млрд грн, що становить близько 40,2% загального обсягу аптечного ринку у гривневому вираженні.

Marketer	Rang	Rating		kUAH	GR, UAH	-	GR, %	MS, %	EI	Replasement	Inflation	Elastisity	Innovatio
Фармак АТ (Україна, Київ)	1	—	0	8 363 698,84	1 226 786,05		17,2 %	5,1 %	100	5,0 %	11,0 %	-0,7 %	1,9 %
Київський Вітамінний Завод АТ (Україна, Київ)	2	▲	1	5 186 307,86	855 271,95		19,7 %	3,2 %	102	10,2 %	5,1 %	0,8 %	3,7 %
Тева Україна ТОВ (Україна, Київ)	3	▲	4	4 957 141,81	1 050 012,02		26,9 %	3,0 %	108	17,6 %	8,0 %	-0,7 %	1,9 %
Асіно Україна ТОВ (Україна, Київ)	4	▲	2	4 782 274,16	748 108,43		18,5 %	2,9 %	101	1,7 %	14,1 %	0,1 %	2,6 %
Дарниця ФФ ПРАТ (Україна, Київ)	5	▼	-3	4 673 516,44	-1 341 761,98		-22,3 %	2,9 %	66	-27,3 %	7,2 %	-2,4 %	0,1 %
Артеріум Корпорація (Україна, Київ)	6	▼	-2	4 397 979,47	200 780,01		4,8 %	2,7 %	90	-4,9 %	12,9 %	-2,6 %	-0,6 %
КРКА Україна ДП (Україна)	7	▼	-2	4 326 387,91	218 462,18		5,3 %	2,7 %	90	-3,2 %	8,8 %	-0,6 %	0,3 %
Берлін-Хемі/Менаріні Груп (Німеччина)	8	—	0	3 888 222,43	334 052,33		9,4 %	2,4 %	93	4,0 %	4,9 %	0,0 %	0,5 %
Дельта Медікел Промоушнз АГ (Швейцарія)	9	—	0	3 746 550,76	711 469,14		23,4 %	2,3 %	105	7,6 %	10,9 %	-0,4 %	5,3 %
АстраЗенека Україна ТОВ (Україна)	10	▲	1	2 810 000,76	593 653,67		26,8 %	1,7 %	108	23,6 %	35,2 %	-33,9 %	2,0 %
Сере’є Україна ТОВ (Україна)	11	▼	-1	2 807 926,35	364 433,78		14,9 %	1,7 %	98	-1,8 %	17,4 %	-0,6 %	-0,0 %
Реккітт Бенкізер Хаусхолд енд Хелс Кер	12	▲	4	2 572 777,38	661 489,79		34,6 %	1,6 %	115	17,6 %	8,4 %	1,9 %	6,7 %
Кусум Хелтхкер Пвт. Лтд. (Індія)	13	—	0	2 365 961,21	305 298,82		14,8 %	1,5 %	98	4,1 %	11,5 %	-1,2 %	0,4 %
Сандоз Україна ТОВ (Україна, Київ)	14	▲	3	2 256 132,11	411 533,27		22,3 %	1,4 %	104	8,8 %	13,3 %	0,5 %	-0,2 %
Представництво Баум Фарм ГмБх ТзОВ (Україна)	15	▲	7	2 243 642,18	850 960,26		61,1 %	1,4 %	138	-17,1 %	13,6 %	-4,8 %	69,4 %
ТОВ "Опелла Хелскеа Україна" (Україна)	16	▼	-1	2 177 210,08	257 357,25		13,4 %	1,3 %	97	-1,1 %	14,7 %	0,2 %	-0,4 %
Абботт Україна ТОВ (Україна)	17	▼	-3	2 158 307,19	201 801,64		10,3 %	1,3 %	94	2,0 %	8,6 %	-0,4 %	0,1 %
Берінгер Інгельхайм Інтернешнл ТОВ (Німеччина)	18	▲	2	2 060 431,60	551 193,04		36,5 %	1,3 %	117	24,9 %	10,7 %	1,1 %	-0,1 %
Органосин ЛТД ТОВ (Україна)	19	▲	6	1 981 719,05	634 699,03		47,1 %	1,2 %	126	27,9 %	14,9 %	5,3 %	-1,0 %
Байєр Фармасьютікал (Німеччина)	20	▼	-2	1 855 884,35	180 810,01		10,8 %	1,1 %	95	-1,6 %	15,8 %	-3,2 %	-0,1 %

КЛЮЧОВІ СПОСТЕРЕЖЕННЯ

За підсумками дев’яти місяців 2025 року **Фармак** зберігає позицію беззаперечного лідера ринку з обсягом продажів **8,36 млрд грн**. Приріст **+17,2%** забезпечено переважно **інфляційним компонентом (+11%)** і **replacement-ефектом (+5%).**

Київський вітамінний завод закріпився на **другій позиції** з продажами **5,19 млрд грн (+19,7%)**. Компанія демонструє збалансоване зростання завдяки **активній роботі в економічному сегменті та replacement-ефекту (+10,2%)**.

Teva Україна вийшла на третє місце, досягнувши **4,96 млрд грн (+26,9%)**. Це найвищий абсолютний приріст серед усіх маркетерів ТОП-20, що забезпечує компанії статус ключового драйвера зростання ринку.

Також **Тева** показала найвищий приріст із ТОП 20 **+1,05 млрд.грн**. Така динаміка дозволила компанії закріпитися у ТОП-3 та зробити найвагоміший внесок у загальне зростання ринку.

Серед гравців із негативною динамікою, окрім **Дарниці (–22,3%)**, варто відзначити **Berlin-Chemie (–3,3%)** та **Кусум (–13,3%)**, які скоротили обсяги продажів порівняно з 2024 роком.

Дарниця зафіксувала **найбільш відчутне падіння серед лідерів ринку** та внаслідок значної втрати обсягів **опустилася з 2-го на 5-те місце в рейтингу.**

* Аналіз підготовлено на основі даних аудиту роздрібного фармацевтичного ринку України від аналітичної платформи «Фармсфера».

СТРУКТУРА АПТЕЧНОГО РИНКУ ЗА 9 МІСЯЦІВ 2025 РОКУ (В ГРОШОВОМУ ВИРАЖЕННІ)

За підсумками перших трьох кварталів 2025 року обсяг аптечного ринку України досяг 162,6 млрд грн, що відповідає приросту +17,1% порівняно з аналогічним періодом минулого року.

Основну частку ринку традиційно формують лікарські засоби — 79% загального обсягу (128,3 млрд грн), які продемонстрували зростання на +15,7%.

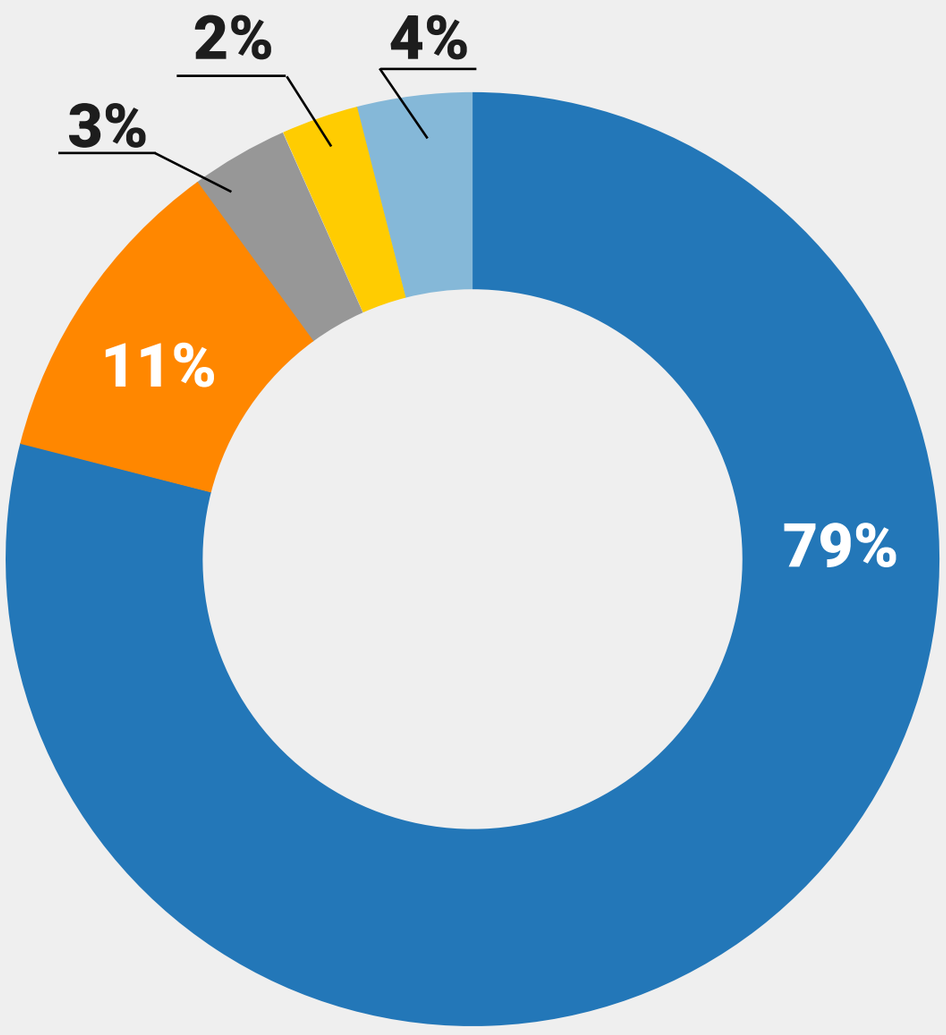
Найдинамічніше зростання спостерігається у категорії БАД — +32,4%, частка яких збільшилася до 11%.

Вироби медичного призначення займають 3% ринку (5,3 млрд грн) і зросли на +12,9%, переважно завдяки підвищеному попиту на діагностичні та перев’язувальні матеріали.

Сегмент косметики продемонстрував стабільне, але помірне зростання — +9,5% (3,96 млрд грн).

Загалом структура ринку залишається стабільною, але є тренд на підвищення частки БАДів та медичних виробів.

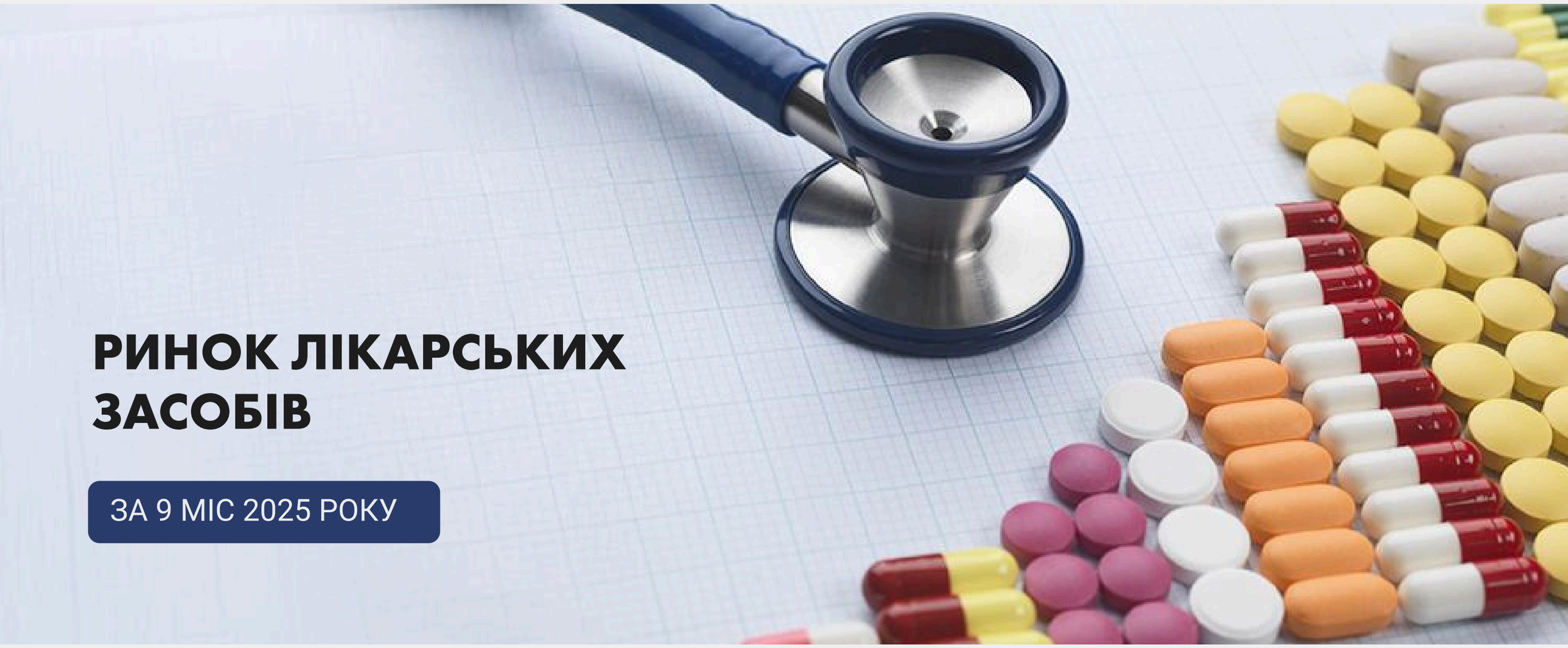
КАТЕГОРІЯ ПРОДУКТУ	ПРОДАЖІ ЗА 1-3 КВ.2025 Р, МЛН.ГРН	MS SV, %	Приріст категорії,%
ЛІКАРСЬКИ ЗАСОБИ	128 273	79%	15,7%
БІОЛОГІЧНО АКТИВНІ КОМПОНЕНТИ	18 390	11%	32,4%
ВИРОБИ МЕДИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	5 330	3%	12,9%
КОСМЕТИКА	3 962	2%	9,5%
ІНШЕ	6 622	4%	9,7%
ЗАГАЛЬНИЙ ПІДСУМОК	577		17,1%



ДОЛЯ КАТЕГОРІЙ ТОВАРІВ АПТЕЧНОГО КОШИНА ЗА 9 МІС.2025 РОКУ В ГРОШАХ

- ЛІКАРЬСКІ ЗАСОБИ
- БІОЛОГИЧНИ АКТИВНІ РЕЧОВИНИ
- ВИРОБИ МЕДИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ
- КОСМЕТИКА
- ІНШІ

* Аналіз підготовлено на основі даних аудиту роздрібного фармацевтичного ринку України від аналітичної платформи «Фармсфера».



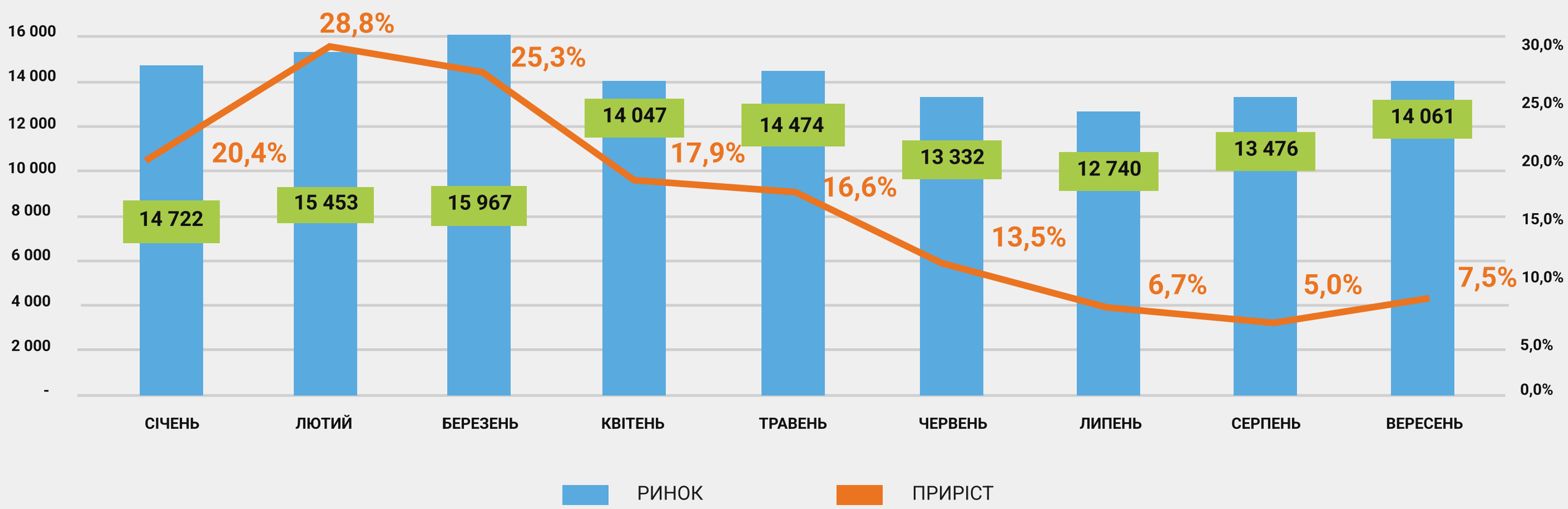
РИНОК ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

ЗА 9 МІС 2025 РОКУ

Упродовж перших дев’яти місяців 2025 року роздрібний ринок лікарських засобів демонстрував виражену сезонність із поступовим зниженням темпів зростання після потужного старту року.

Найвищі темпи приросту спостерігались у січні (+20,4%) та лютому (+28,8%), що традиційно пов’язано з сезонними захворюваннями та активним попитом на протизастудні препарати.

У подальшому динаміка поступово сповільнювалась. Втім, у вересні відбулося відновлення динаміки до +7,5%, зумовлене початком осіннього періоду респіраторних захворювань і зростанням аптечних продажів. Обсяг роздрібних продажів лікарських засобів склав 128,8 млрд грн, що дорівнює 79% аптечного кошика.



* Аналіз підготовлено на основі даних аудиту роздрібного фармацевтичного ринку України від аналітичної платформи «Фармсфера».

ДВАДЦЯТКА БРЕНДІВ-ЛІДЕРІВ

СЕРЕД ЛЗ ЗА ОБСЯГОМ ПРОДАЖІВ У ГРН, YTD`09 25

Brand	Rang	Rating		kUAH	GR, UAH	-	GR, %	MS, %	EI	Replasement	Inflation	Elastisity	Innovation
Нурофен	1	▲	1	155 804,25	47 340,50		43,6 %	0,9 %	137	20,5 %	10,9 %	2,8 %	9,5 %
Ксарелто	2	▼	-1	122 592,69	5 296,76		4,5 %	0,7 %	100	0,5 %	4,4 %	-0,3 %	-0,1 %
Німесил	3	▬	0	104 767,91	2 683,69		2,6 %	0,6 %	98	3,3 %	-0,8 %	0,2 %	0,0 %
Трипліксам	4	▲	1	103 689,33	14 782,28		16,6 %	0,6 %	111	1,7 %	15,0 %	-0,0 %	-0,0 %
Симбікорт	5	▲	7	93 080,06	29 500,96		46,4 %	0,5 %	139	42,7 %	-1,6 %	-0,3 %	5,6 %
Джардінс	6	▲	11	91 550,56	36 337,64		65,8 %	0,5 %	158	53,4 %	8,1 %	4,3 %	0,0 %
Сінджарді	7	▲	2	87 538,99	21 081,93		31,7 %	0,5 %	125	21,2 %	8,5 %	2,0 %	0,0 %
Спазмалгон	8	▼	-1	87 289,88	14 178,62		19,4 %	0,5 %	114	4,5 %	13,7 %	1,2 %	-0,0 %
Детралекс	9	▼	-5	81 492,46	-14 320,76		-14,9 %	0,5 %	81	-17,5 %	3,1 %	-0,6 %	0,0 %
Цитрамон	10	▼	-2	68 835,86	-1 185,11		-1,7 %	0,4 %	94	-6,6 %	-6,0 %	8,8 %	2,2 %
Вальсакор	11	▲	2	63 012,57	-421,95		-0,7 %	0,4 %	95	-0,7 %	-0,2 %	0,3 %	-0,0 %
Гептрал	12	▲	8	60 585,65	9 499,45		18,6 %	0,3 %	113	25,5 %	-5,8 %	-1,1 %	0,0 %
Форксіга	13	▼	-3	60 041,82	-6 314,79		-9,5 %	0,3 %	86	33,3 %	-32,2 %	-10,6 %	0,0 %
Канефрон	14	▲	19	59 761,73	17 977,32		43,0 %	0,3 %	136	21,2 %	17,5 %	4,3 %	-0,0 %
Синупрет	15	▲	14	57 783,92	14 371,10		33,1 %	0,3 %	127	14,5 %	15,3 %	3,2 %	0,1 %
Но-шпа	16	▲	2	57 341,64	4 967,86		9,5 %	0,3 %	104	3,8 %	4,0 %	1,7 %	0,0 %
Креон	17	▼	-1	56 970,06	-2 607,53		-4,4 %	0,3 %	91	2,5 %	-7,0 %	0,1 %	0,0 %
Омепразол	18	▲	7	55 860,62	9 130,69		19,5 %	0,3 %	114	23,5 %	1,5 %	-2,9 %	-2,5 %
Ко-Пренеса	19	▼	-4	55 210,90	-5 327,15		-8,8 %	0,3 %	87	-4,3 %	-4,6 %	0,2 %	-0,0 %
Ко-Амлесса	20	▲	3	53 719,85	4 507,89		9,2 %	0,3 %	104	9,5 %	-0,7 %	0,3 %	0,0 %

лідери зростання за 9 місяців 2025 року
розташовані за абсолютним приростом у гривнях (GR, UAH) — від найбільшого до найменшого:

1 Нурофен — +380 млн грн (+42,9%)

2 Джардінс — +240 млн грн (+61,3%)

3 Аугментин — +234 млн грн (+72,1%)

4 Фервекс — +219 млн грн (+62,0%).

5 Синупрет — +207 млн грн (+47,1%)

Підсумок: усі п’ять брендів забезпечили понад 1,28 млрд грн приросту ринку у грошовому вираженні — це близько 20% сумарного росту ТОП-20 за дев’ять місяців 2025 року.

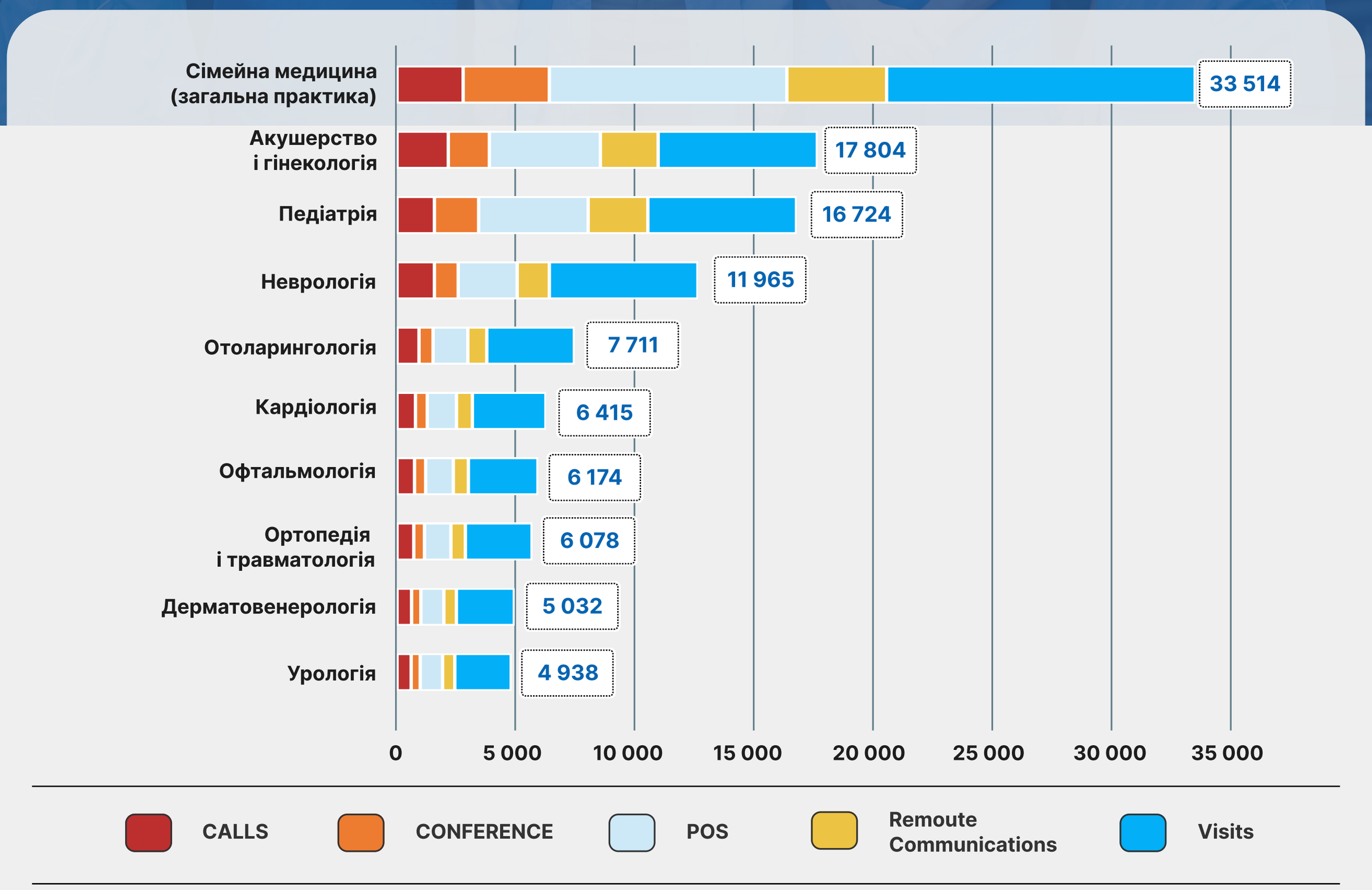
* Аналіз підготовлено на основі даних аудиту роздрібного фармацевтичного ринку України від аналітичної платформи «Фармсфера».

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД ПРОМОЦІЙ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Цей звіт підготовлений аналітичною платформою «Фармсфера» з використанням інструменту **Promo View** і містить аналіз промоційної активності маркетуючих організацій за 9 міс 2025 року. Мета дослідження — надати картину активностей фармкомпаній у різних каналах комунікацій та сегментах лікарських спеціальностей та виявити ключові тенденції

ЗГАДУВАНІСТЬ ТИПІВ ПРОМОЦІЙ У ЛІКАРІВ ТОП-10 СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

ЗА 9 МІСЯЦІВ 2025 РОКУ



ТОП-3 спеціальності за рівнем промоційної активності

1 **Сімейна медицина (загальна практика, терапія) — близько 33 тис. згадок**
Це наймасовіша аудиторія та головна точка входу для промоції як Rx-, так і OTC-брендів.

- **Visits** — домінують, забезпечуючи понад **60%** усіх контактів; це основний канал формування лояльності лікарів.
- **POS**-активності формують близько **25%** згадок, підтримуючи ефект нагадування.
- **Remoute communications** (Viber, e-mail, онлайн-зустрічі) займають **10–12%**, що свідчить про зростаючу готовність лікарів до цифрової взаємодії.

2 **Акушерство та гінекологія — близько 18 тис. згадок**
Категорія із найбільш збалансованим міксом каналів.

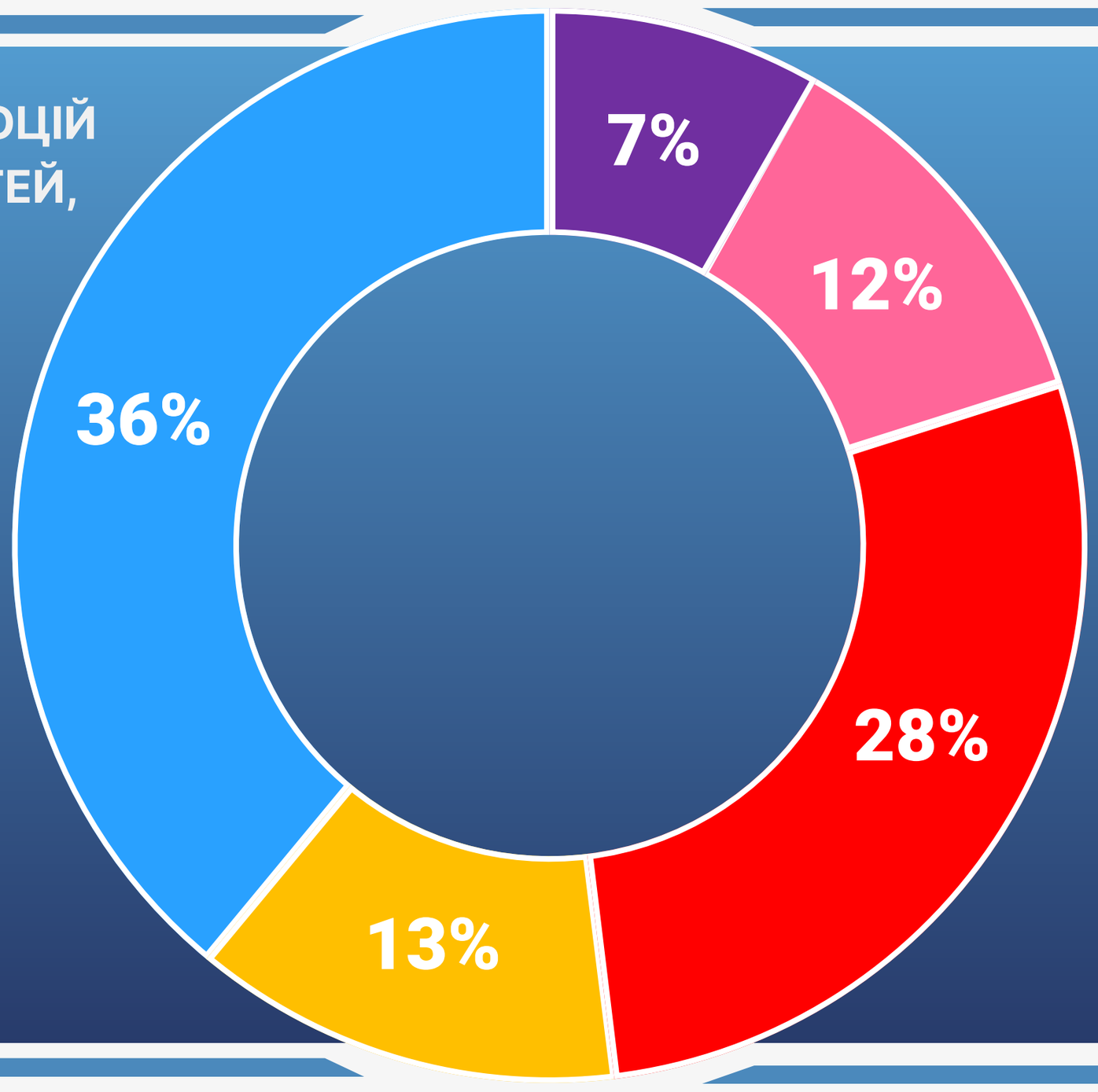
- **Візити** становлять близько **50%** згадок, залишаючись основним джерелом інформації про препарати жіночого здоров'я.
- **POS** — близько **20%**
- **Conference** — **12%**, активно використовуються міжнародні та національні конгреси як джерело професійного впливу.
- **Remoute communications 13%**

3 **Педіатрія — понад 16 тис. згадок**

- **Візити** становлять приблизно **55%** згадок
- **POS**-активності — **25%**
- **Remoute communications** (онлайн-вебінари, інформаційні розсилки) — **12%**
- **Conference** — близько **5%**, використовуються для формування експертного іміджу компаній у педіатричній спільноті.

* Аналіз підготовлено на основі даних аудиту роздрібного фармацевтичного ринку України від аналітичної платформи «Фармсфера».

ЗГАДУВАНІСТЬ ПО ТИПАМ ПРОМОЦІЙ СЕРЕД ЛІКАРІВ 16 СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ, ЗА 9 МІСЯЦІВ 2025 РОКУ



ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТИПІВ ПРОМОЦІЇ СЕРЕД ТОП-10 БРЕНДІВ У ТРЬОХ СПЕЦІАЛЬНОСТЯХ (9 МІС. 2025)

Загальна динаміка

Дані свідчать про те, що особисті візити медичних представників залишаються ключовим інструментом комунікації з лікарями всіх спеціальностей, проте їхня роль і частка змінюються залежно від специфіки терапевтичної галузі. Ринок чітко переходить до омніканальної моделі промоції, у якій офлайн та діджитал-канали взаємодоповнюють одне одного.

Лікарі загальної практики (сімейна медицина)

Структура промоції найбільш збалансована: частка візитів сягає 50–60%, а POS та remoute communications — разом близько 30%. Для цієї спеціальності характерна висока частка конференцій (до 10–15%), що свідчить про освітній інтерес до нових підходів у терапії широкого спектра патологій.

Лідери згадуваності: Тріпліксам, Симбікорт, Форксіга, Ноліпрел — іноземні бренди з потужною польовою підтримкою та регулярними освітніми заходами.

Неврологія

Сегмент характеризується найвищою диверсифікацією каналів: частка візитів — близько 40–45%, натомість POS, conference і remoute communications мають вищу вагу, ніж у середньому по ринку - до 25–30%. Лідери згадуваності: Пульмікорт, Сумамед, Назонекс, Аугментин, Флу-Ацил Рино.

📍**Висновок: неврологи демонструють найвищу готовність до цифрових форматів, а промоція у цій категорії має більш освітній характер і спирається на багатоканальність.**

Педіатрія

Педіатричний сегмент має виражену сезонність і традиційно найвищу частку особистих візитів — до 65–70% у структурі промоції.

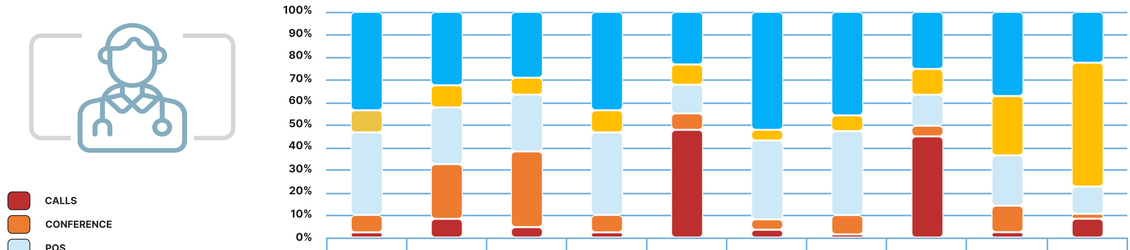
Remoute communications — найбільш помірна частка (10–12%), переважно для підтримки сезонних кампаній (противірусні, імуномодулятори).

Conference мають найнижчу частку серед трьох спеціальностей (5–7%).
Лідери згадуваності: Пульмікорт, Сумамед, Назонекс, Аугментин, Флу-Ацил Рино.

📍**Висновок: педіатри залишаються найбільш «польовою» аудиторією — візити є основним джерелом інформації. Водночас POS-активності та діджитал-канали зміцнюють роль брендів у сезонних кампаніях.**

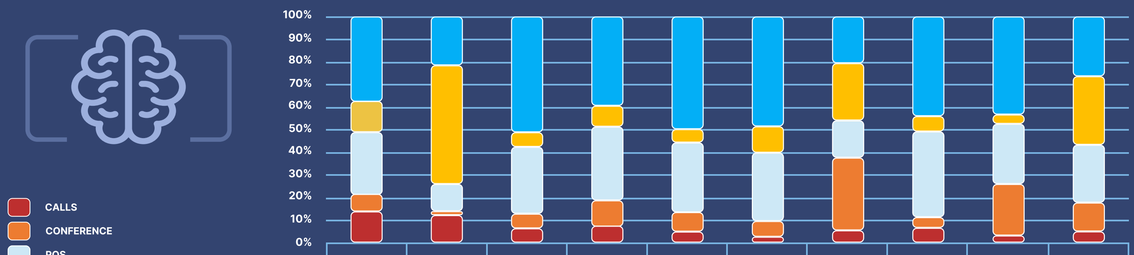
* Аналіз підготовлено на основі даних аудиту роздрібного фармацевтичного ринку України від аналітичної платформи «Фармсфера».

ТОП-10 БРЕНДІВ ПО ЗГАДУВАНОСТІ ПО ТИПАМ ПРОМОЦІЇ СЕРЕД ЛІКАРІВ ЗАГАЛЬНОЇ ПРАКТИКИ ЗА 9 МІС. 2025 РОКУ



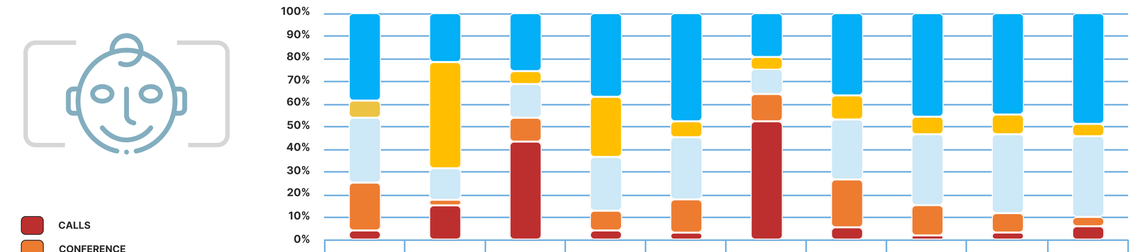
	Трипліксам-Серв'є	Симбікорт Турбухалер-АстраЗенека	Форксіга-АстраЗенека	Ноліпрел-Серв'є Україна	Меркана-ПРО-Фарма УА	Золопент-Кусум Фарм	Предуктал-Серв'є	Назонекс-Органон Сентрал ГмбХ	Аугментин-ГлаксоСміт Кляйн Фармасьютікалс	Сумамед-Тева
VISITS	43%	33%	29%	44%	23%	53%	43%	25%	37%	22%
REMOUTE COMMUNICATIONS	10%	8%	8%	9%	9%	4%	7%	11%	26%	55%
POS	36%	26%	25%	37%	13%	34%	37%	14%	23%	12%
CONFERENCE	8%	24%	34%	8%	7%	5%	9%	5%	12%	2%
CALLS	2%	8%	5%	2%	48%	4%	2%	45%	8%	8%

ТОП-10 БРЕНДІВ ПО ЗГАДУВАНОСТІ ЗА ТИПАМИ ПРОМОЦІЇ СЕРЕД ЛІКАРІВ НЕВРОЛОГІВ ЗА 9 МІС. 2025 РОКУ



	Тіонекс-Фармліга	Олфен-Тева	Ксефокам-Асіно	Лейнера-Фармліга	Кваніл-Кусум Хелтхкер	Нейроксон - Артеріум Корпорація	Ксаврон-Юрія-Фарм	Ананаваті - Ананта Медікеар	Зонік-Кумум Хелтхкер	Церебролізин ЕВЕР Нейро Фарма ГмбХ
VISITS	37%	21%	51%	39%	50%	49%	20%	45%	44%	26%
REMOUTE COMMUNICATIONS	14%	53%	6%	9%	6%	12%	27%	6%	3%	31%
POS	28%	12%	30%	32%	31%	30%	16%	39%	27%	25%
CONFERENCE	7%	1%	7%	12%	9%	7%	32%	5%	23%	13%
CALLS	13%	12%	6%	7%	4%	2%	5%	6%	3%	5%

ТОП-10 БРЕНДІВ ПО ЗГАДУВАНОСТІ ЗА ТИПАМИ ПРОМОЦІЇ СЕРЕД ЛІКАРІВ ПЕДІАТРІВ ЗА 9 МІС. 2025 РОКУ



	Пульмікрот - АстраЗенека	Сумамед - Тева	Назонекс - Органон Сентрал ГмбХ	Аугментин - ГлаксоСміт Кляйн Фармасьютікалс	Сорцеф-Алкалоїд	Флу-Ацил Рино-ПРО-Фарма Уа	Будесонід Астразенека	Цефодокс-Мегаком	Кардонат-Сперко	Суспрін Кусум Фарм
VISITS	38%	23%	26%	37%	48%	19%	36%	46%	45%	49%
REMOUTE COMMUNICATIONS	7%	46%	6%	27%	7%	6%	11%	7%	8%	5%
POS	29%	14%	15%	24%	27%	11%	26%	31%	35%	35%
CONFERENCE	21%	2%	10%	8%	15%	12%	22%	14%	9%	5%
CALLS	4%	15%	43%	4%	3%	52%	5%	2%	3%	6%

Для отримання детальної аналітики звертайтеся до аналітичної платформи «Фармсфера», яка надає актуальні дані й рекомендації з розвитку фармацевтичного ринку.

PharmSfera

Ваш надійний ментор у фармацевтичній сфері.
Покращуємо ефективність фармбізнесу.
Підвищуємо прибутковість, знижуємо витрати.

www.pharmsfera.com

Контакти

03057
Україна, Київ
вулиця Дегтярівська, 33Б
1-й під'їзд, 2-й поверх

- +38 (050) 357-11-78
- +38 (050) 446-89-69
- office@quadrasoft.com.ua

* Аналіз підготовлено на основі даних аудиту роздрібного фармацевтичного ринку України від аналітичної платформи «Фармсфера».