

Н. О. Гуторова, доктор юридичних наук, професор, академік НАПрН України, головний науковий співробітник лабораторії дослідження проблем національної безпеки у сфері громадського здоров'я НДІ вивчення проблем злочинності імені академіка В. В. Сташиса НАПрН
ORCID 0000-0003-2485-0651

О. С. Пироженко, кандидат юридичних наук, доцент, завідувач лабораторії дослідження проблем національної безпеки у сфері громадського здоров'я НДІ вивчення проблем злочинності імені академіка В. В. Сташиса НАПрН України,
ORCID 0000-0003-4739-1398

А. А. Васильєв, кандидат юридичних наук, доцент, старший науковий співробітник лабораторії дослідження проблем національної безпеки у сфері громадського здоров'я НДІ вивчення проблем злочинності імені академіка В. В. Сташиса НАПрН України, ORCID 0000-0001-9480-7814

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВСТАНОВЛЕННЯ РОЗМІРІВ ОБСЯГУ ДОХОДУ ВІД НАДАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПОСЛУГ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ: АНАЛІЗ НОВЕЛ ВІТЧИЗНЯНОГО ЗАКОНОДАВСТВА*

Постановка проблеми. Двадцять восьмого квітня 2025 р. у повному обсязі введений в дію прийнятий парламентом Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо особливостей державної реєстрації лікарських засобів, які можуть закуповуватися особою, уповноваженою на здійснення закупівель у сфері охорони здоров'я, та врегулювання окремих питань, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів» від 12.02.2025 р. №4239-IX (далі – Закон від 12.02.2025 р. №4239-IX)¹.

* *Примітка.* Стаття підготовлена у межах розробки фундаментальної теми дослідження «Кримінальна відповідальність за правопорушення у сфері охорони здоров'я: євроінтеграційний аспект» лабораторії дослідження проблем національної безпеки у сфері громадського здоров'я НДІ ВПЗ ім. акад. В. В. Сташиса НАПрН України (номер держ. реєстр. в УкрІНТЕІ 0124U005235).

¹ Про внесення змін до деяких законів України щодо особливостей державної реєстрації лікарських засобів, які мо-

Цим нормативно-правовим актом було доповнено чинний Закон України «Про лікарські засоби» від 4 квітня 1996 р. №123/96-ВР новою нормою – статтею 20–1, частина перша якої має таку редакцію:

«1. Укладення господарських договорів, предметом яких прямо або опосередковано є надання у місцях здійснення роздрібної торгівлі лікарськими засобами маркетингових послуг, послуг з промоції лікарських засобів, інших послуг, пов'язаних із реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, дозволяється виключно між суб'єктами господарювання, які здійснюють виробництво або імпорту лікарських засобів з аптекою та/або аптеч-
жуть закуповуватися особою, уповноваженою на здійснення закупівель у сфері охорони здоров'я, та врегулювання окремих питань, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів: Закон України від 12.02.2025 р. №4239-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4239-20#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

ною мережею. Порядок та умови надання таких послуг затверджуються Кабінетом Міністрів України»¹.

Згідно з п. 4 розділу II Закону від 12.02.2025 р. №4239-IX для Кабінету Міністрів України встановлений обов'язок: у двомісячний строк із дня набрання чинності цим Законом забезпечити прийняття нормативно-правових актів, передбачених цим Законом².

Як передбачено в п. 1 розділу II Закону від 12.02.2025 р. №4239-IX, цей Закон набирає чинності з дня, наступного за днем його опублікування, та вводиться в дію через два місяці з дня опублікування цього Закону, крім:

- підпункту 9 пункту 1 розділу I цього Закону, який вводиться в дію через один місяць із дня опублікування цього Закону;
- підпункту 10 пункту 1 розділу I цього Закону, який вводиться в дію із дня опублікування цього Закону³.

Більшість норм Закону від 12.02.2025 р. №4239-IX набрали чинності 01.03.2025 р. Отже, з цієї дати почав обраховуватись строк на виконання Кабінетом Міністрів України вимог п. 4 розділу II Закону від 12.02.2025 р. №4239-IX.

Двадцять восьмого березня 2025 р. на веб-сайті Міністерства охорони здоров'я України для громадського обговорення був опублікований проєкт постанови Кабінету Міністрів України «Деякі питання надання маркетингових та інших послуг, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, та застосування інструментів фактичного зменшення закупівельних цін після переходу права власності на товари» (далі – проєкт постанови про надання маркетингових та інших послуг)⁴. Цей проєкт постанови передбачає затвер-

дження, крім іншого, двох порядків, серед яких і Порядок та умови надання маркетингових послуг, послуг із промоції лікарських засобів, інших послуг, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, у місцях здійснення роздрібною торгівлі лікарськими засобами (далі за текстом – Порядок та умови надання маркетингових послуг).

Редакція Порядку та умов надання маркетингових послуг від 28.03.2025 р. у абзацах 2–4 п. 7 містила такі положення:

«Обсяг доходу, без урахування податку на додану вартість, отриманого суб'єктами господарювання, які отримали ліцензію на провадження господарської діяльності з роздрібною торгівлі лікарськими засобами, від надання маркетингових послуг, послуг із промоції лікарських засобів, інших послуг, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, в поточному кварталі, не може перевищувати 10% загального обсягу доходу без урахування податку на додану вартість, отриманого від реалізації лікарських засобів, розрахованого за попередній квартал поточного року.

Для суб'єктів господарювання, які отримали ліцензію на провадження господарської діяльності з роздрібною торгівлі лікарськими засобами в поточному році, обсяг доходу, без урахування податку на додану вартість, отриманого від надання послуг, зазначених у абзаці першому цього пункту, за поточний місяць, не може перевищувати 10% загального обсягу доходу аптеки або аптечної мережі, отриманого від реалізації лікарських засобів, розрахованого за попередній місяць поточного року. У кожному наступному році розрахунок обсягу доходу, отриманого від надання таких послуг, здійснюється щокварталу в порядку, встановленому абзацом другим цього пункту.

Доходи від діяльності з надання маркетингових послуг, послуг з промоції та інших послуг у місцях здійснення роздрібною торгівлі, пов'язаних із реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, може отримати будь-який суб'єкт господарювання, який провадить господарську діяльність із роздрібною торгівлі лікарськими засобами, що входить до складу відповідної аптечної мережі, з можли-

¹ Про лікарські засоби: Закон України від 04.04.1996 р. № 123/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-вр#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

² Про внесення змін до деяких законів України щодо особливостей державної реєстрації лікарських засобів, які можуть закуповуватися особою, уповноваженою на здійснення закупівель у сфері охорони здоров'я, та врегулювання окремих питань, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів: Закон України від 12.02.2025 р. №4239-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4239-20#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

³ —

⁴ Деякі питання надання маркетингових та інших послуг, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, та застосування інструментів фактичного зменшення закупівельних цін після переходу права власності на товари: Проєкт постанови Кабінету Міністрів України. URL: <https://moz.gov.ua/uk/povidomlennya-pro-oprilyudnennya-proyektu-postanovi-kabinetu-ministriv-ukrayini-deyaki-pitannya-nadannya-marketingovih-ta-inshih-poslug-pov-yazanih-z-realizaciyeu-likarskih-zasobiv-kincevomu-spozhyvachu-ta-zastosuvannya-instrumentiv-faktichnogo> (дата звернення: 12.10.2025)

вістю подальшого його перерозподілу між суб'єктами аптечної мережі. Сума такого перерозподілу не враховується при визначенні 10% загального обсягу доходу, встановленого згідно з абзацами другим, третім цього пункту».

Із веб-сайту Міністерства охорони здоров'я України вбачається, що 09.06.2025 р. проект постанови про надання маркетингових та інших послуг і, відповідно, порядки, що цим проектом затверджуватимуться, було викладено в новій редакції. В абзацах 2–4 п. 7 Порядку та умов надання маркетингових послуг (у редакції від 09.06.2025 р.) зазначено:

«Щорічний обсяг витрат ліцензіатів, які провадять господарську діяльність з виробництва та/або імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів) відповідно до укладених з ліцензіатами, що провадять господарську діяльність з роздрібною торгівлі лікарськими засобами, господарських договорів на:

1) маркетингові послуги, послуги з промоції лікарських засобів, що відпускаються без рецепту, інші послуги, пов'язані з реалізацією лікарських засобів, що відпускаються без рецепту кінцевому споживачу, які надаються в місцях здійснення роздрібною торгівлі, не може перевищувати 20% від загального обсягу реалізації (без урахування податку на додану вартість) лікарських засобів, що відпускаються без рецепту кожного окремого ліцензіата, який провадить господарську діяльність з виробництва та/або імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів), розрахованого за попередній рік;

2) послуги, пов'язані з забезпеченням наявності лікарських засобів, що відпускаються за рецептом, які надаються в місцях здійснення роздрібною торгівлі, не може перевищувати 3% від загального обсягу реалізації (без урахування податку на додану вартість) лікарських засобів, що відпускаються за рецептом кожного окремого ліцензіата, який провадить господарську діяльність з виробництва та/або імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів), розрахованого за попередній рік»¹.

¹ Деякі питання надання маркетингових та інших послуг, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, та застосування інструментів фактичного зменшення закупівельних цін після переходу права власності на товари: Проект постанови Кабінету Міністрів України. URL: <https://moz.gov.ua/uk/povidomlennya-pro-oprilyudnennya-proyektu>

Якщо редакція Порядку та умов надання маркетингових послуг від 28.03.2025 р. граничний розміру обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку визначала на підставі доходу аптеки або аптечної мережі, то редакція Порядку та умов надання маркетингових послуг від 09.06.2025 р. передбачала лімітування відсотку обсягу витрат виробника / імпортера лікарських засобів на маркетингові послуги.

Як вбачається з Листа Міністерства охорони здоров'я (далі – МОЗ) України від 30.06.2025 р. № 24–04/20912/2–25, у результаті опрацювання проекту постанови про надання маркетингових та інших послуг Міністерство юстиції України зазначило, що «... законами України не врегульовано питання щодо встановлення граничного розміру обсягу доходу відповідних суб'єктів господарювання від надання зазначених вище послуг та повноважень Кабінету Міністрів України на вирішення таких питань»².

Через це МОЗ України звернулось до Комітету Верховної Ради України з питань здоров'я нації, медичної допомоги та медичного страхування, щоб розглянути під час чергового засідання Комітету за участі представників МОЗ питання щодо можливості внесення змін до Закону України «Про лікарські засоби» (зі змінами Закону України від 12 лютого 2025 р. № 4239-IX) у частині визначення у зазначеному Законі норми щодо регулювання граничного розміру обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід відмітити, що питанню нормативно-правового врегулювання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку протягом тривалого часу приділяється чимала увага.

Так, Н. В. Гусева аналізує проблемні аспекти правового регулювання рекламної діяльності фармацевтичних компаній³. Зарубіжний досвід правового регулювання реклами лікарських засобів до-

postanovi-kabinetu-ministriv-ukrayini-deyaki-pitannya-nadannya-marketingovih-ta-inshih-poslug-pov-yazanih-z-realizaciyeu-likarskih-zasobiv-kincevomu-spozivachu-ta-zastosuvannya-instrumentiv-faktichnogo (дата звернення: 12.10.2025)

² Лист Міністерства охорони здоров'я України від 30.06.2025 р. № 24–04/20912/2–25 3–4

³ Гусева Н. В. 'Правове регулювання реклами лікарських засобів в Україні: проблеми і перспективи' (2014) 11 (2) Вісник Академії адвокатури України 64–71.

сліджували В. М. Пашков, А. О. Олефір, які виявили ключові моделі регулювання цього питання в різних правових системах¹. Вагомий внесок у порівняльно-правовий аналіз регулювання реклами лікарських засобів зробила Т. А. Павленко, яка за наслідками дослідження реалій України та країн ЄС висувала про необхідність подальшої гармонізації національного законодавства з правом ЄС². Через призму питань правового регулювання реклами медичних послуг О. І. Богомазова виявила неузгодженості між чинними Законом України «Про лікарські засоби» та Законом України «Про рекламу»³.

Інші грані правового унормування маркетингової діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку відображені в роботах таких дослідників, як І. Р. Волинець, А. Г. Ольховська, З. М. Мнушко, О. Л. Пономарьова, К. В. Романчук, О. М. Шевчук та ін.

При цьому у науковій літературі відсутні ґрунтовні дослідження, присвячені розв'язанню дискусії, що виникла між виконавчою владою та учасниками фармацевтичного ринку внаслідок ухвалення Закону від 12.02.2025 р. № 4239-ІХ.

Співробітники лабораторії дослідження проблем національної безпеки у сфері громадського здоров'я НДІ вивчення проблем злочинності імені академіка В. В. Сташиса НАПрН України отримавши відповідне звернення від Громадської організації «Асоціація фармацевтів України» щодо надання науково-правового висновку з питань правової оцінки законодавчої ініціативи долучилися до вивчення зазначеного питання, наслідком якого і є підготовлена стаття. Указана проблематика поставила на порядок денний кілька запитань, які турбують учасників ринку та вимагають науково обґрунтованого вирішення.

¹ Пашков В. М., Олефір А. О. 'Зарубіжний досвід правового регулювання реклами лікарських засобів' (2017) 1 Часопис Київського університету права 278–282 <<https://chasprava.com.ua/index.php/journal/issue/view/62/1–2017-pdf>> (дата звернення: 12.10.2025).

² Павленко Т. А. 'Правове регулювання реклами лікарських засобів: реалії України та досвід ЄС' (2021) 32 Збірник наукових праць ХНПУ імені Н. С. Сковороди 197–205 <<https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/7184>> (дата звернення: 12.10.2025).

³ Богомазова І. О. 'Правове регулювання реклами медичних послуг в Україні: національне законодавство, європейські стандарти та адміністративна відповідальність' (2025) 90 (3) Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія: Право 131–138. DOI <https://doi.org/10.24144/2307–3322.2025.90.3.18> (дата звернення: 12.10.2025).

Питання 1: чи відповідає законодавству України підхід про встановлення на рівні Закону України норми щодо регулювання граничного розміру обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку або норми про лімітування відсотку обсягу витрат виробника / імпортера лікарських засобів на маркетингові послуги?

Питання 2: чи може встановлення на рівні Закону України норми щодо регулювання граничного розміру обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку мати ознаки кримінального правопорушення, передбаченого ст. 211 Кримінального кодексу України?

Метою статті є авторське обґрунтування правового регулювання встановлення граничних розмірів обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку внаслідок ухвалення змін до Закону України «Про лікарські засоби» від 4 квітня 1996 р. № 123/96-ВР.

Виклад основного матеріалу. Замислюючись над першим із поставлених запитань, спочатку слід зауважити, що регулювання граничного розміру обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку, як і лімітування відсотку обсягу витрат виробника (імпортера) лікарських засобів на маркетингові послуги, являють собою обмеження при здійсненні підприємницької діяльності. Тому для відповіді на запитання про те, чи відповідають такі обмеження законодавству України, необхідно з'ясувати правомірність встановлення обмежень з боку держави на здійснення підприємницької діяльності на фармацевтичному ринку. У разі отримання позитивної відповіді на перше запитання, слід з'ясувати правомірність встановлення обмежень саме щодо маркетингових послуг при здійсненні такої діяльності.

Отже, чи є правомірним встановлення обмежень з боку держави на здійснення підприємницької діяльності на фармацевтичному ринку?

Свобода підприємницької діяльності є одним з основних принципів ринкової економіки. Конституція України, яка в ст. 8 встановлює, що вона (Конституція) має найвищу юридичну силу в нашій державі, і їй повинні відповідати всі закони та інші нормативно-правові акти. До того ж у ст. 42 передбачається право кожної людини на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. У цій статті також вказано, що держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності,

недопущення зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірного обмеження конкуренції та недобросовісної конкуренції, а також захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт.

Із викладеного випливає, що право людини на підприємницьку діяльність є конституційним правом кожної людини в Україні, але, на відміну, наприклад, від права на життя (ст. 27 Конституції України), це право не є абсолютним, оскільки Основний Закон передбачає можливість його обмеження законом.

Обмеження державою прав і свобод людини не може бути свавільним. Як зазначають Л. В. Мелех і Б. В. Мелех, «для будь-якої держави обмеження прав і свобод людини – це виклик, тому в законодавстві, допускаючи обмеження прав і свобод особи, має бути чітко регламентовано підстави, межі і порядок їх застосування»¹. Загальна декларація прав людини в ч. 2 ст. 29 встановлює, що при здійсненні своїх прав і свобод кожна людина повинна зазнавати тільки таких обмежень, які: (а) встановлені законом; (б) їх метою є виключно забезпечення належного визнання і поваги до прав і свобод інших та забезпечення справедливих вимог моралі, громадського порядку і загального добробуту в демократичному суспільстві; (в) обмеження має відповідати принципу пропорційності².

Конституційний Суд України вважає, що обмеження щодо реалізації конституційних прав і свобод не можуть бути свавільними та несправедливими, вони мають встановлюватися виключно Конституцією і законами України, переслідувати легітимну мету, бути обумовленими суспільною необхідністю досягнення цієї мети, пропорційними та обґрунтованими, у разі обмеження конституційного права або свободи законодавець зобов'язаний запровадити таке правове регулювання, яке дасть можливість оптимально досягти легітимної мети з мінімальним втручанням у реалі-

зацію цього права або свободи і не порушувати сутнісний зміст такого права³.

Принцип пропорційності обмеження прав і свобод людини в практиці Європейського суду з прав людини (далі – ЄСПЛ) виступає критерієм оцінки прийнятності заходів обмежень прав людини. А. Є. Кубко, узагальнюючи практику ЄСПЛ щодо оцінки легітимності обмежень прав і свобод людини, зазначає, що у рамках розгляду питання про відповідність застосовуваних державою обмежень прав і свобод гарантіям прав людини, встановленим Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод, оцінює, чи є такі обмеження законними, чи застосовуються вони в публічному інтересі і чи мають ці обмежувальні заходи пропорційний характер. Науковець також акцентує увагу на тому, що у контексті практики ЄСПЛ із розгляду справ на підставі Конвенції принцип пропорційності є універсальним і застосовується ЄСПЛ при тлумаченні усього кола положень Конвенції та додаткових протоколів до неї і оцінці відповідності обмежувальних заходів держави цим положенням⁴. Так, у рішенні *BOGDEL v. LITHUANIA* від 28 листопада 2013 р. ЄСПЛ указав, що навіть якщо заходи з обмеження прав і свобод людини є законними та здійснюються в публічному інтересі, такі заходи завжди повинні відповідати критерію пропорційності⁵.

Кодекс адміністративного судочинства в п. 8 ч. 2 ст. 2 визначає пропорційність як дотримання необхідного балансу між будь-якими несприятливими наслідками для прав, свобод та інтересів особи і цілями, на досягнення яких спрямоване це рішення (дія)⁶. Також Верховний Суд, роз'яснюючи це законодавче положення вказує, що суть принципу

³ Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини щодо відповідності Конституції України (конституційності) положення третього речення частини першої статті 13 Закону України «Про психіатричну допомогу» (справа про судовий контроль за госпіталізацією невіддатних осіб до психіатричного закладу), від 1 червня 2016 року № 2-рп/2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v002p710-16#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

⁴ Кубко А. Є. 'Пропорційність обмежень прав людини: особливості в умовах воєнного стану' (2023) 34 *Правова держава* 103. DOI: 10.33663/1563-3349-2023-34-101-111 (дата звернення: 12.10.2025).

⁵ *Bogdel v. Lithuania*: ECHR Judgment, 26 November 2013, § 63. URL: <https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-138559> (дата звернення: 12.10.2025).

⁶ Кодекс адміністративного судочинства: Кодекс України від 06.07.2005 р. № 2747-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2747-15#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

¹ Мелех Л. В., Мелех Б. В. 'Легітимність обмеження конституційних прав та свобод громадян та їх захист у суді' (2025) 2 *Аналітично-порівняльне правознавство* 171 DOI <https://doi.org/10.24144/2788-6018.2025.02.23> (дата звернення: 12.10.2025).

² Загальна декларація прав людини. Прийнята і проголошена резолюцією 217 А (III) Генеральної Асамблеї ООН від 10 грудня 1948 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text (дата звернення: 12.10.2025).

пропорційності полягає в тому, що при прийнятті рішень цей суб'єкт владних повноважень має діяти з дотриманням необхідного балансу між будь-якими несприятливими наслідками для прав, свобод та інтересів особи і цілями, на досягнення яких спрямоване це рішення (дії). ... Принцип пропорційності, зокрема, передбачає, що: 1) здійснення повноважень, як правило, не має спричиняти будь-яких негативних наслідків, що не відповідали б цілям, яких заплановано досягти; 2) якщо рішення або дія можуть обмежити права, свободи чи інтереси осіб, то такі обмеження мають бути виправдані необхідністю досягнення важливіших цілей; 3) несприятливі наслідки для прав, свобод та інтересів особи внаслідок рішення чи дії суб'єкта владних повноважень мають бути значно меншими від тієї шкоди, яка могла б настати за відсутності такого рішення чи дії; 4) для досягнення суспільно корисних цілей необхідно обирати найменш «шкідливі» засоби¹.

Господарська діяльність у виді виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів) є такою, що відповідно до п. 10 ст. 7 Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності» підлягає ліцензуванню². Останнє відповідно до п. 6 ч. 1 ст. 1 цього Закону є засобом державного регулювання провадження видів господарської діяльності, спрямованим на забезпечення безпеки та захист економічних і соціальних інтересів держави, суспільства, прав та законних інтересів, життя і здоров'я людини, екологічної безпеки та охорони навколишнього природного середовища.

Встановлення обмежень для здійснення господарської діяльності з виробництва, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами, а також їх імпорту (крім активних фармацевтичних інгредієнтів) згідно із законами України «Про ліцензування видів господарської діяльності», «Про лікарські засоби»³ та Основами законодавства України

про охорону здоров'я⁴, є легітимним обмеженням конституційного права людини на підприємницьку діяльність у сфері охорони здоров'я, оскільки вони: 1) встановлені законом; 2) їх метою є виключно забезпечення права окремої людини на життя, здоров'я та його охорону, а також громадського здоров'я в цілому; 3) обмеження відповідають принципу пропорційності, так як: а) обмеження права на підприємницьку діяльність вимогами щодо відповідності такої діяльності ліцензійним умовам виправдане необхідністю досягнення важливіших за право на підприємницьку діяльність цілей – захисту життя і здоров'я людини, які відповідно до ст. 3 Конституції України визнаються найвищими соціальними цінностями; б) несприятливі наслідки для особи, право якої на підприємницьку діяльність обмежується, є значно меншими тієї шкоди, яка могла б настати за відсутності обмежень господарської діяльності у виді виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів); в) обмеження щодо здійснення цієї діяльності є мінімально необхідними для досягнення мети забезпечення населення доступними й якісними лікарськими засобами.

Враховуючи наведене, можемо зробити проміжний висновок, що встановлення обмежень з боку держави на здійснення підприємницької діяльності на фармацевтичному ринку, зокрема з виробництва, оптової і роздрібною торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів) є правомірним.

Далі. *Слід уточнити: чи є правомірним встановлення обмежень щодо маркетингових послуг при здійсненні діяльності на фармацевтичному ринку з виробництва, оптової і роздрібною торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів?*

Відповідно до проекту Порядку та умов надання маркетингових послуг, послуг з промоції лікарських засобів, інших послуг, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, у місцях здійснення роздрібною торгівлі лікарськими

¹ Рішення Верховного Суду від 05 червня 2019 року, справа № 817/1555/16, провадження № К/9901/21769/18. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/82194394> (дата звернення: 12.10.2025).

² Про ліцензування видів господарської діяльності. Закон України від 02.03.2015 р. № 222-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

³ Про лікарські засоби: Закон України від 04.04.1996 р. № 123/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-вр#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

⁴ Основи законодавства України про охорону здоров'я. Закон України від 19.11.1992 р. № 2801-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

ми засобами, оприлюднених МОЗ України станом на 09.06.2025 р., маркетинговими та іншими послугами у місцях роздрібної торгівлі є послуги, що забезпечують функціонування ліцензіатів (виробників та імпортерів ліків) у сфері стимулювання збуту, ціноутворення та управління реалізацією лікарських засобів кінцевим споживачам споживачу в межах господарської діяльності таких ліцензіатів¹.

Виходячи з цього визначення, маркетингові послуги – це послуги, які надаються в сфері: (1) стимулювання реалізації (відпуску) лікарських засобів кінцевим споживачам; (2) політики цін; (3) організації та управління реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу.

Легітимність маркетингових послуг у місцях здійснення роздрібної торгівлі, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, щодо кожної із зазначених сфер потребує окремого дослідження, яке буде здійснено нижче.

Стимулювання реалізації (відпуску) лікарських засобів кінцевим споживачам як вид господарської діяльності ліцензіатів є діяльністю, яка заборонена законодавством України в сфері охорони здоров'я.

Відповідно до пунктів «а» та «з» ч. 1 ст. 78 Основ законодавства України про охорону здоров'я медичні, фармацевтичні працівники та фахівці з реабілітації зобов'язані: а) сприяти охороні та зміцненню здоров'я людей, запобіганню і лікуванню захворювань, своєчасно надавати кваліфіковану медичну, лікарську та реабілітаційну допомогу, у тому числі з використанням методів і засобів телемедицини; з) призначати та відпускати лікарські засоби, медичні вироби, допоміжні засоби реабілітації без впливу приватних інтересів².

Пункт «а» ч. 1 ст. 78–1 Основ законодавства України про охорону здоров'я встановлює, що медичні, фармацевтичні працівники та фахівці з ре-

абілітації під час здійснення ними професійної діяльності не мають права безпосередньо або через інших осіб вимагати, просити та/або одержувати від суб'єктів господарювання, які здійснюють виробництво та/або реалізацію лікарських засобів, медичних виробів, допоміжних засобів реабілітації, їх представників для себе чи близьких їм осіб неправомірну вигоду за призначення або відпуск конкретних лікарських засобів, медичних виробів, допоміжних засобів реабілітації³. Таким чином, надання та отримання винагороди у вигляді маркетингових платежів, знижок, ретробонусів тощо за відпуск (реалізацію) споживачу конкретних лікарських засобів фармацевтичними працівниками є незаконним відповідно до ст. 78 і 78–1 Основ законодавства України про охорону здоров'я.

Закон України «Про лікарські засоби» від 28.07.2022 р. № 2469-IX⁴, ухвалений у відповідності до Директиви ЄС 2001/83/ЄС від 6 листопада 2001 р. про Кодекс Співтовариства щодо лікарських засобів, призначених для застосування людиною⁵ (Закон вводиться в дію з 1 січня 2027 р.), установлює в п. 14 ч. 3 ст. 3, що державна політика у сфері лікарських засобів базується на принципах забезпечення об'єктивного призначення та відпуску лікарських засобів кваліфікованими спеціалістами без впливу прямих чи непрямих фінансових стимулів.

Таким чином, як діюче законодавство України у сфері охорони здоров'я, так і законодавство, яке є чинним, але вводиться в дію з 1 січня 2027 р., містить жорстку заборону впливу будь-яких фінансових стимулів на реалізацію (відпуск) лікарських засобів, а тому будь-яка легалізація надання маркетингових платежів за цю діяльність є неприпустимою.

Окрім того, це не лише суперечить порядку відпуску лікарських засобів, встановленому законодавством України, а й завдає шкоди національній безпеці у сфері громадського здоров'я. Щодо останньої, то слід виходити з того, що будь-який лікар-

¹ Деякі питання надання маркетингових та інших послуг, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, та застосування інструментів фактичного зменшення закупівельних цін після переходу права власності на товари: Проект постанови Кабінету Міністрів України. URL: <https://moz.gov.ua/uk/povidomlennya-pro-oprilyudnennya-proyektu-postanovi-kabinetu-ministriv-ukrayini-deyaki-pitannya-nadannya-marketingovih-ta-inshih-poslug-pov-yazanih-z-realizaciyeu-likarskih-zasobiv-kincevomu-spozivachu-ta-zastosuvannya-instrumentiv-faktichnogo> (дата звернення: 12.10.2025)

² Основи законодавства України про охорону здоров'я. Закон України від 19.11.1992 р. № 2801-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

³ –

⁴ Про лікарські засоби. Закон України від 28.07.2022 р. № 2469-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-20#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

⁵ Директива Європейського Парламенту і Ради 2001/83/ЄС від 6 листопада 2001 року про Кодекс Співтовариства щодо лікарських засобів призначених для застосування людиною. Європарламент, Рада ЄС; Директива, Міжнародний документ від 06.11.2001 р. № 2001/83/ЄС. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_013-01#Text (дата звернення: 12.10.2025).

ський засіб має небезпеку негативного ефекту на організм людини, а тому стимулювання його використання людиною без необхідності для її здоров'я є умисним заподіянням шкоди здоров'ю людини. Якщо таке стимулювання унормовується на державному рівні і щодо великої (неконкретизованої) кількості осіб, то відповідно п. 57 Стратегії національної безпеки України «Безпека людини – безпека країни» це є посяганням на національну безпеку¹.

Пацієнт, який звертається до закладу охорони здоров'я, яким є аптека, має отримувати необхідний лікарський засіб, призначений йому лікарем, або лікарський засіб, що відпускається без рецепту, рекомендований фармацевтом в аптеці в межах надання фармацевтичної послуги. Стимулювання за рахунок маркетингових виплат реалізації (відпуску) певних лікарських засобів призводить до грубого порушення права пацієнта на охорону здоров'я, оскільки в закладі охорони здоров'я (аптеці) йому рекомендуватимуть не той лікарський засіб, який йому потрібен, а той, за який аптека одержала маркетингову виплату.

З викладеного випливає, що маркетингові послуги у сфері стимулювання відпуску лікарських засобів є такими, що заборонені чинним законодавством України у сфері охорони здоров'я, загрожують громадському здоров'ю та національній безпеці держави.

Маркетингові послуги в сфері політики цін в місцях здійснення роздрібної торгівлі, що пов'язані з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу.

Лікарські засоби належать до товарів, які мають істотну соціальну значущість, а тому відповідно до ч. 1 ст. 12 Закону України «Про ціни і ціноутворення» вони підлягають державному регулюванню, тобто належать до державних регульованих цін². Щодо лікарських засобів, то в Україні застосовується вид державного регулювання, передбачений абз. 4 п. 1 ст. 13 цього Закону, в саме: установлення обов'язкових для застосування суб'єктами господарювання граничних рівнів торговельної над-

бавки (націнки) та постачальницько-збутової надбавки (постачальницької винагороди).

Кабінет Міністрів України відповідно до положень Закону України «Про лікарські засоби» в постанові «Про заходи щодо стабілізації цін на лікарські засоби та медичні вироби» № 995 від 17.10.2008 р. урегулював максимальний розмір торговельної роздрібної надбавки на лікарські засоби³.

Зараз в Україні на підставі ст. 20³ Закону «Про лікарські засоби» від 4 квітня 1996 р. № 123/96-ВР та прийнятої на виконання цього положення постанові Кабінету Міністрів України «Деякі питання державного регулювання цін на лікарські засоби» від 04.04.2025 р. № 439⁴ створюється Національний каталог цін, до якого буде внесена задекларована ціна виробника або імпортера лікарського засобу, яка не може перевищувати ціну, розраховану як середнє значення трьох найнижчих цін відповідного лікарського засобу (за міжнародною непатентованою назвою) у референтних країнах, які визначаються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я.

Враховуючи, що ціни на лікарські засоби в Україні є такими, що підлягають державному регулюванню, то маркетингові послуги в сфері політики цін в місцях здійснення роздрібної торгівлі, пов'язані з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, надаватися не можуть.

Маркетингові послуги в сфері організації та управління реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу.

Відповідно до п. 163 Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів), затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 30.11.2016 р. № 929, у залі обслуговування населення на вітринах, у скляних та відкритих шафах тощо дозволяється розміщувати лікарські засоби, що відпускаються без рецепта. В окремих

¹ Стратегія національної безпеки України: БЕЗПЕКА ЛЮДИНИ – БЕЗПЕКА КРАЇНИ. Затверджена Указом Президента України № 392/2020 від 14 вересня 2020 року. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037> (дата звернення: 12.10.2025).

² Про ціни і ціноутворення. Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

³ Про заходи щодо стабілізації цін на лікарські засоби та медичні вироби. Постанова Кабінету Міністрів України від 17.10.2008 № 955. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/955-2008-%D0%BF#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

⁴ Деякі питання державного регулювання цін на лікарські засоби: Постанова Кабінету Міністрів України від 04.04.2025 № 439. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/439-2025-%D0%BF#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

шафах, на вітринах (до яких немає доступу споживачів) зберігаються лікарські засоби, що відпускаються за рецептом лікаря, з обов'язковою позначкою «Відпуск за рецептом лікаря». Абзацом 10 п. 167 зазначених Ліцензійних вимог допускається облаштування залу для обслуговування населення з вільним доступом споживачів до лікарських засобів, які відпускаються без рецептів згідно з Переліком лікарських засобів, дозволених до застосування в Україні, які відпускаються без рецептів аптеками та їх структурними підрозділами, затвердженим МОЗ, та супутніх товарів за наявності в залі фахівців-консультантів (провізорів, фармацевтів)¹.

З викладеного випливає, що лікарські засоби, які відпускаються за рецептом лікаря, в аптеках мають бути розміщені в шафах і на вітринах, до яких немає доступу споживачів. За таких умов організація реалізації цих лікарських засобів у різних аптеках не відрізняється, а тому маркетингові послуги щодо реалізації кінцевому споживачу рецептурних лікарських засобів не є правомірними.

Щодо лікарських засобів, що відпускаються без рецептів, то організація їх реалізації (відпуску) відрізняється залежно від того, чи розміщені вони у залі обслуговування населення на вітринах, у скляних та відкритих шафах або перебувають у вільному доступі споживачів до лікарських засобів. Очевидно, що переважна більшість аптек не має можливості розмістити всі лікарські засоби, які відпускаються без рецепту, у місцях, які перебувають у полі зору або вільному доступі споживачів.

Зважаючи на викладене, вважаємо, що маркетингові послуги у сфері організації реалізації лікарських засобів, які відпускаються без рецепту, є правомірними лише у сфері організації їх реалізації (відпуску) кінцевому споживачу як оплата за розміщення цих лікарських засобів на вітринах, у скляних та відкритих шафах чи в інший спосіб у вільному доступі споживачів.

Водночас, враховуючи, що ціни на лікарські засоби є такими, що підлягають державному регу-

люванню, а також з урахуванням соціальної значущості лікарських засобів вважаємо, що розмір маркетингової винагороди повинен бути врегульованим державою. Цей розмір має визначатися як відсоток від вартості лікарського засобу, який відпускається без рецепту та буде розміщений у залі обслуговування населення у відкритому доступу або у полі зору споживача. З огляду на те, що така маркетингова послуга впливає на роздрібну ціну лікарського засобу для споживача (пацієнта), її розмір має бути врегульованим законом у виді максимально допустимого відсотку від оптово-відпускну ціни, який виробник або імпортер лікарських засобів може сплатити як вартість маркетингової послуги суб'єкту господарської діяльності, що здійснює реалізацію (відпуск) лікарських засобів кінцевому споживачу.

З урахуванням проведеного дослідження слід зазначити: відповідь на друге запитання про те, чи може встановлення на законодавчому рівні граничного розміру доходу від надання маркетингових послуг на фармринку мати ознаки кримінального правопорушення (ст. 211 КК України), лежить у площині розуміння сутності кримінального переслідування.

Стаття 211 Кримінального кодексу України (далі – КК України) «Видання нормативно-правових актів, що зменшують надходження бюджету або збільшують витрати бюджету всупереч закону» в ч. 1 передбачає відповідальність за видання службовою особою нормативно-правових актів, що зменшують надходження бюджету або збільшують витрати бюджету всупереч закону, якщо предметом таких дій були бюджетні кошти у великих розмірах. Частина 2 цієї статті вказує на ті самі дії, предметом яких були бюджетні кошти в особливо великих розмірах або вчинені повторно².

Аналіз складу злочину, передбаченого ст. 211 КК України, показує, що встановлення на рівні закону України норми щодо регулювання граничного розміру обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку не може мати ознаки кримінального правопорушення. Насамперед предметом цього злочину може бути лише нормативно-правовий акт, який зменшує надхо-

¹ Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів): Постанова Кабінету Міністрів України від 30.11.2016 р. № 929. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929-2016-%D0%BF#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

² Кримінальний кодекс України: Закон України від 05.04.2001 р. № 2341-III. Дата оновлення: 17.07.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (дата звернення: 12.10.2025).

дження або збільшує витрати бюджету *всупереч закону* без будь-якої конкретизації. Зважаючи на це, *предметом цього злочину може бути лише підзаконний нормативно-правовий акт*, який всупереч закону зменшує надходження до бюджету або збільшує витрати бюджету.

Крім того слід зауважити, що зменшення податкових надходжень до Державного бюджету України чи місцевих бюджетів через зменшення прибутковості суб'єктів господарювання, що здійснюють оптову і роздрібну торгівлю лікарськими засобами, не перебуває у необхідному причинно-наслідковому зв'язку зі зменшенням надходжень до бюджету або збільшенням витрат бюджету. Кошти, не отримані вказаними суб'єктами як маркетингові платежі, сприятимуть зменшенню витрат споживачів (пацієнтів), що дасть їм додаткову можливість придбати інші товари, у тому числі з більш високим рівнем оподаткування (зокрема, підакцизні товари). Крім того зниження рівня маркетингових виплат може сприяти підвищенню прибутковості виробників та імпортерів лікарських засобів, а, відповідно, і розмірів податків, які будуть сплачені ними.

Висновки. Підсумовуючи викладене, співробітники лабораторії дослідження проблем національної безпеки у сфері громадського здоров'я Науково-дослідного інституту вивчення проблем злочинності імені академіка В. В. Сталіна НАПрН України вважають за необхідне надати таку *відповідь на перше запитання*.

Підхід про встановлення на рівні закону України норми щодо регулювання граничного розміру

обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку або норми про лімітування відсотку обсягу витрат виробника / імпортера лікарських засобів на маркетингові послуги щодо всіх лікарських засобів відповідає законодавству України лише в частині визнання легітимними таких послуг за розміщення в залі обслуговування споживачів лікарських засобів, які відпускаються без рецепту.

Маркетингові послуги щодо реалізації (відпуску) кінцевому споживачу лікарських засобів, які відпускаються за рецептом, не відповідають чинному законодавству України і мають бути заборонені.

Маркетингові послуги щодо реалізації (відпуску) кінцевому споживачу лікарських засобів, які відпускаються без рецепта, є легітимними лише в сфері організації такої реалізації, як плата за розміщення цих лікарських засобів на вітринах, у скляних та відкритих шафах чи в інший спосіб у вільному доступі споживачів.

Враховуючи, що ціни на лікарські засоби є такими, що підлягають державному регулюванню, а також з урахуванням соціальної значущості лікарських засобів, розмір маркетингової винагороди має бути врегульованим державою.

Щодо другого запитання, то, на нашу думку, встановлення на рівні закону України норми щодо регулювання граничного розміру обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку не має і не може мати ознак кримінального правопорушення, передбаченого ст. 211 КК України.

REFERENCES

List of legal documents

Legislation

1. Pro vnesennia zmin do deiakykh zakoniv Ukrainy shchodo osoblyvostei derzhavnoi reiestratsii likarskykh zasobiv, yaki mozhut zakupovuvatsia osoboju, upovnovazhenoiu na zdiisnennia zakupivel u sferi okhorony zdorovia, ta vrehuliuvannia okremykh pytan, poviazanykh z realizatsiieiu likarskykh zasobiv: Zakon Ukrainy vid 12.02.2025 r. № 4239-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4239-20#Text> (in Ukrainian)
2. Pro likarski zasoby: Zakon Ukrainy vid 04.04.1996 r. № 123/96-VR. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-vr#Text> (in Ukrainian)
3. Deiaki pytannia nadannia marketynhovyykh ta inshykh posluh, poviazanykh z realizatsiieiu likarskykh zasobiv kintsevomu spozhyvachu, ta zastosuvannia instrumentiv faktychnoho zmenshennia zakupivelnykh tsin pislia perekhodu prava vlasnosti na tovary: Proiekt postanovy Kabinetu Ministriv Ukrainy. URL: <https://moz.gov.ua/uk/povidomlennya-pro-oprilyudnennya-proyektu-postanovi-kabinetu-ministriv-ukrayini-deyaki-pitannya-nadannya-marketingovih-ta-inshih-poslug-pov-yazanih-z-realizaciyeyu-likarskih-zasobiv-kincevomu-spozhyvachu-ta-zastosuvannya-instrumentiv-faktychnoho> (in Ukrainian)
4. Lyst Ministerstva okhorony zdorovia Ukrainy vid 30.06.2025 r. № 24-04/20912/2-25.

5. Zahalna deklaratsiia prav liudyny. Pryiniata i proholoshena rezoliutsiieiu 217 A (III) Heneralnoi Asamblei OON vid 10 hrudnia 1948 roku. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text (in Ukrainian)
6. Kodeks administratyvnoho sudochynstva: Kodeks Ukrainy vid 06.07.2005 r. №2747-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2747-15#Text> (in Ukrainian)
7. Pro litsenzuvannia vydiv hospodarskoi diialnosti. Zakon Ukrainy vid 02.03.2015 r. №222-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (in Ukrainian)
8. Osnovy zakonodavstva Ukrainy pro okhoronu zdorovia. Zakon Ukrainy vid 19.11.1992 r. №2801-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2801-12#Text> (in Ukrainian)
9. Pro likarski zasoby. Zakon Ukrainy vid 28.07.2022 r. №2469-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-20#Text> (in Ukrainian)
10. Dyrektyva Yevropeiskoho Parlamentu i Rady 2001/83/IeS vid 6 lystopada 2001 roku pro Kodeks Spivtovarystva shchodo likarskykh zasobiv pryznachenykh dlia zastosuvannia liudynoiu. Yevroparlament, Rada YeS; Dyrektyva, Mizhnarodnyi dokument vid 06.11.2001 r. №2001/83/IeS. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_013-01#Text (in Ukrainian)
11. Stratehiia natsionalnoi bezpeky Ukrainy: BEZPEKA LIUDYNY – BEZPEKA KRAINY. Zatverdzhena Ukazom Prezidenta Ukrainy №392/2020 vid 14 veresnia 2020 roku. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037> (in Ukrainian)
12. Pro tsiny i tsinoutvorennia. Zakon Ukrainy vid 21.06.2012 №5007-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (in Ukrainian)
13. Pro zakhody shchodo stabilizatsii tsin na likarski zasoby ta medychni vyroby. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 17.10.2008 №955. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/955-2008-%D0%BF#Text> (in Ukrainian)
14. Deiaki pytannia derzhavnoho rehuliuвання tsin na likarski zasoby: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 04.04.2025 №439. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/439-2025-%D0%BF#Text> (in Ukrainian)
15. Pro zatverdzhennia litsenziinykh umov provadzhennia hospodarskoi diialnosti z vyrobnytstva likarskykh zasobiv, optovoi ta rozdribnoi torhivli likarskymy zasobamy, importu likarskykh zasobiv (krim aktyvnykh farmatsevtichnykh inhrediiientiv): Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 30.11.2016 r. №929. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929-2016-%D0%BF#Text> (in Ukrainian)
16. Kryminalnyi kodeks Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 05.04.2001 r. №2341-III. Data onovlennia: 17.07.2025. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text> (in Ukrainian)

Cases

17. Rishennia Konstytutsiinoho Sudu Ukrainy u spravi za konstytutsiynym podanniam Upovnovazhenoho Verkhovnoi Rady Ukrainy z prav liudyny shchodo vidpovidnosti Konstytutsii Ukrainy (konstytutsiinosti) polozhennia tretoho rechennia chastyiny pershoi statti 13 Zakonu Ukrainy «Pro psykhiatrychnu dopomohu» (sprava pro sudovyi kontrol za hospitalizatsiieiu nediiezdatnykh osib do psykhiatrychnoho zakladu), vid 1 chervnia 2016 roku №2-rp/2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v002p710-16#Text> (in Ukrainian)
18. Bogdel v. Lithuania: ECHR Judgment, 26 November 2013, § 63. URL: <https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-138559> (in Ukrainian)
19. Rishennia Verkhovnoho Sudu vid 05 chervnia 2019 roku, sprava №817/1555/16, provadzhennia №K/9901/21769/18. Yedynyi derzhavnyi reiestr sudovykh rishen. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/82194394> (in Ukrainian)

Bibliography

Journal articles

1. Bohomazova I. O. 'Pravove rehuliuвання реклами медичних послуг в Україні: національне законодавство, європейські стандарти та адміністративна відповідальність' [Legal regulation of advertising of medical services in Ukraine: national legislation, European standards and administrative liability] (2025) 90 (3) Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu. Seriia: Pravo 131–138 DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2025.90.3.18> (in Ukrainian)
2. Husieva N. V. 'Pravove rehuliuвання реклами лікарських засобів в Україні: проблеми і перспективи' [Legal regulation of advertising of medicines in Ukraine: problems and prospects] (2014) 11 (2) Visnyk Akademii advokatury Ukrainy 64–71 (in Ukrainian)
3. Kubko A. Ye. 'Proportsiunist obmezhen prav liudyny: osoblyvosti v umovakh voiennoho stanu' [Proportionality of restrictions on human rights: specifics in martial law] (2023) 34 Pravova derzhava 101–111. DOI: 10.33663/1563-3349-2023-34-101-111 (in Ukrainian)

4. Melekh L. V., Melekh B. V. 'Lehitymnist obmezhenia konstytutsiinykh prav ta svobod hromadian ta yikh zakhyst u sudi'[Legitimacy of restrictions on the constitutional rights and freedoms of citizens and their protection in court] (2025) 2 *Analitichno-porivnialne pravoznavstvo* 170–174. DOI <https://doi.org/10.24144/2788–6018.2025.02.23> (in Ukrainian)
5. Pashkov V. M., Olefir A. O. 'Zarubizhnyi dosvid pravovoho rehuliuвання reklamy likarskykh zasobiv' [Foreign experience in legal regulation of advertising of medicines] (2017) 1 *Chasopys Kyivskoho universytetu prava* 278–282. <<https://chasprava.com.ua/index.php/journal/issue/view/62/1–2017-pdf>> (in Ukrainian)
6. Pavlenko T. A. 'Pravove rehuliuвання reklamy likarskykh zasobiv: realii Ukrainy ta dosvid YeS' [Legal regulation of advertising of medicinal products: realities of Ukraine and experience of the EU.] (2021) 32 *Zbirnyk naukovykh prats KhNPU imeni H. S. Skovorody* 197–205 <<https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/7184>> (in Ukrainian)

Гуторова Н. О., Пироженко О. С., Васильєв А. А.

Правове регулювання встановлення розмірів обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку: аналіз новел вітчизняного законодавства

Стаття присвячена проблематиці правового регулювання встановлення граничного обсягу доходу учасників фармацевтичного ринку у зв'язку з доповненням Закону України «Про лікарські засоби» від 4 квітня 1996 р. нормою, що врегульовує питання укладення господарських договорів, предметом яких прямо або опосередковано є надання у місцях здійснення роздрібної торгівлі лікарськими засобами маркетингових послуг, послуг з промоції лікарських засобів, інших послуг, пов'язаних із реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу. У зв'язку з необхідністю виконання приписів законодавства про розробку порядку надання таких маркетингових послуг Уряд ініціював громадське обговорення проєкту відповідного нормативного документа, який потребує науково обгрунтованого осмислення.

Дослідниками зауважено, що з урахуванням чинних конституційних і нормативних приписів, а також практики ЄСПЛ встановлення обмежень із боку держави на здійснення підприємницької діяльності на фармацевтичному ринку є правомірним. Аналіз чинного законодавства України у сфері охорони здоров'я і законодавства, яке є чинним, але вводиться в дію з 1 січня 2027 р., показав наявність жорсткої заборони впливу будь-яких фінансових стимулів на реалізацію (відпуск) лікарських засобів, а тому будь-яка легалізація надання маркетингових платежів за цю діяльність є неприпустимою. Оскільки ціни на лікарські засоби в Україні підлягають державному регулюванню, відзначено, що маркетингові послуги в сфері політики цін у місцях здійснення роздрібної торгівлі, пов'язані з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, надаватися не можуть.

Також стверджується, що маркетингові послуги у сфері організації реалізації лікарських засобів, які відпускаються без рецепту, є правомірними лише у сфері організації їх реалізації (відпуску) кінцевому споживачу як оплата за розміщення цих лікарських засобів на вітринах, у скляних та відкритих шафах чи в інший спосіб у вільному доступі споживачів.

Так само наголошено на тому, що на рівні законодавства України норми щодо регулювання граничного розміру обсягу доходу від надання маркетингових послуг на фармацевтичному ринку не має і не може мати ознак кримінального правопорушення, передбаченого ст. 211 Кримінального кодексу України.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, аптеки, лікарські засоби, розмір доходів, кримінальна відповідальність.

Gutorova N. O., Pyrozhenko O. S., Vasilyev A. A.

Legal regulation of determining the amount of income from providing marketing services in the pharmaceutical market: analysis of new developments in domestic legislation

The article is devoted to the issue of legal regulation of setting the maximum revenue of pharmaceutical market participants in connection with the amendment to the Law of Ukraine «On Medicines» dated April 4, 1996, with a provision regulating the conclusion of commercial contracts the subject of which is directly or indirectly the provision of marketing services, drug promotion services, and other services related to the sale of drugs to end consumers at points of retail sale of drugs. Due to the need to comply with the provisions of the law on the development of procedures for the provision of such marketing services, the government initiated a public discussion of the draft regulatory document, which requires scientifically sound consideration.

Researchers have noted that, taking into account the current constitutional and regulatory provisions, as well as the practice of the ECHR, the imposition of restrictions by the state on entrepreneurial activity in the pharmaceutical market is legitimate. An analysis of the current Ukrainian legislation in the field of healthcare and the legislation that is in force but will come into effect on January 1, 2027, showed that there is a strict prohibition on the influence of any financial

incentives on the sale (dispensing) of medicines, and therefore any legalization of marketing payments for this activity is unacceptable. Since prices for medicines in Ukraine are subject to state regulation, it is noted that marketing services in the field of pricing policy at retail outlets related to the sale of medicines to the end consumer cannot be provided.

It is argued that marketing services in the field of organizing the sale of over-the-counter medicines are lawful only in the field of organizing their sale (dispensing) to end consumers as payment for placing these medicines on display, in glass and open cabinets, or in any other way freely accessible to consumers.

It is emphasized that at the level of Ukrainian law, the rules regulating the maximum amount of income from the provision of marketing services in the pharmaceutical market do not and cannot constitute a criminal offense under Article 211 of the Criminal Code of Ukraine.

Keywords: *pharmaceutical market, pharmacies, medicines, revenue, criminal liability.*

Стаття надійшла до редакції: 30.10.2025 р.

Прийнята до друку: 20.11.2025 р.