



**ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ
МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ
ФАРМАЦЕВТИЧНИМИ
ОРГАНІЗАЦІЯМИ**

**МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

21 жовтня 2008 року
м. Харків

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ



**ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ
ТА ЛОГІСТИКИ ФАРМАЦЕВТИЧНИМИ
ОРГАНІЗАЦІЯМИ**

**МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**21 жовтня 2008 року
м. Харків**

Харків
Видавництво НФаУ
2008

УДК 339.138:658.01

Е 90

Редакційна колегія: чл.-кор. НАН України, професор В. П. Черних, професор І. С. Гриценко, професор С. М. Коваленко, професор З. М. Мнушко, професор М. М. Слободянюк, доцент І. В. Пестун

Відповідальний секретар: асистент Н. В. Сотнікова

Реєстраційне посвідчення УкрІНТЕІ № 411 від 30.07.2007 р.

Ефективність використання маркетингу та логістики фармацевтич-
Е 90 **ними організаціями: Матеріали наук.-практ. конф. (Харків, 21 жовт-**
ня 2008 р.). – Х.: Вид-во НФаУ, 2008. – 252 с.

ISBN 978 – 966 – 615 – 325 – 1

Збірник містить статті та тези доповідей стосовно актуальних питань маркетингу на фармацевтичних підприємствах, удосконалення маркетингового управління і процесу прийняття маркетингових рішень, результати окремих маркетингових, фармакоекономічних досліджень лікарських препаратів, теоретичні та практичні аспекти використання логістики фармацевтичними організаціями, нормативно-правового регулювання фармацевтичного ринку. Представлені розробки та дослідження комплексу маркетингу: товарної, асортиментної, цінової, збутової та комунікативної політики, а також організації діяльності фармацевтичних та аптечних підприємств в умовах ринку. Висвітлені проблеми викладання маркетингу та логістики у вищих навчальних закладах.

Для широкого кола наукових та практичних працівників фармації.

Матеріали публікуються з авторських оригіналів, наданих до оргкомітету.

УДК 339.138:658.01

ISBN 978 – 966 – 615 – 325 – 1

© НФаУ, 2008

ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ У ПІДГОТОВЦІ СПЕЦІАЛІСТІВ ФАРМАЦІЇ

Мнушко З.М., докт. фарм. н., професор, зав. кафедри ММФ
Національний фармацевтичний університет

Основою вивчення маркетингу в складі дисципліни «Менеджмент та маркетинг у фармації», виходячи із сучасних ринкових вимог, є: загальні характеристики ринку та соціально-економічні особливості фармацевтичного ринку, процес управління фармацевтичним маркетингом, вивчення ринку лікарських засобів (ЛЗ), маркетингові концепції та конкурентоспроможність фармацевтичного товару та фірми, формування збутової політики підприємств фармацевтичної галузі, стратегії та методи ціноутворення та цінова політика фармацевтичних підприємств, стратегії маркетингових комунікацій і стимулювання збуту фармацевтичної продукції, особливості рекламування лікарських препаратів, «паблік рілейшнз», інформаційні маркетингові системи та ін.

Базові питання підготовки студентів з питань маркетингу було закладено ще з часів появи дисципліни в навчальному плані і формування робочої програми. В той же час динаміка розвитку промислового виробництва, фармацевтичного ринку в Україні, зміни зовнішнього середовища, міжнародних норм, стандартів, вивчення закордонного досвіду, ведення бізнесу і розвитку маркетингу, науково-практичні розробки дослідників фармації впливають на необхідність перегляду викладання деяких аспектів маркетингу, більш детального розглядання окремих питань та адаптації класичної теорії маркетингу до специфіки на фармацевтичному ринку.

Сьогодні актуальними залишаються питання ролі маркетингу на підприємстві, функціональних обов'язків працівників служб маркетингу на фармацевтичних підприємствах, взаємодія їх з іншими підрозділами в організаційній структурі. Необхідно формувати усвідомлення значення маркетингу не тільки як інструменту просування і продажу з елементами дослідницької роботи, а і як ефективного механізму впливу на споживача через досконале вивчення його потреб і переваг, як невід'ємної частини управління підприємством (його інноваційною, товарною, ціновою, збутовою, комунікативною політикою).

В умовах жорсткої конкуренції перевагою підприємства є портфель інновацій, формування товарного асортименту, аналіз доходності в процесі виробництва і оптово-роздрібною реалізації.

Переглядаються сьогодні з огляду на міжнародний досвід питання цінової політики фармацевтичних підприємств. Стратегія встановлення цін, методологія їх

розрахунку, фактори, що впливають на ціноутворення лікарських засобів, регулювання цін є складовою програми підготовки.

Для успішної ринкової діяльності фармацевтичних організацій велике значення має планування і управління товарорухом, стратегічні та тактичні завдання політики розподілу, формування каналів розподілу продукції та оцінка їх ефективності, маркетингові рішення в оптовій та роздрібній реалізації фармацевтичних товарів, особливості логістичного підходу до управління виробничо-збутовою діяльністю у фармації.

У рамках вивчення комунікативної політики фармацевтичних підприємств студенти вивчають комплекс маркетингових комунікацій, стратегії просування фармацевтичного товару, планування і організацію маркетингових комунікацій, особливості і завдання формування попиту на лікарські засоби, процес рекламування та регулювання реклами. Розглядаються напрямки стимулювання збуту, персональний продаж, робота медичних і фармацевтичних представників, основи брендінгу, мерчандайзинг в аптечних закладах.

Для виконання функцій зі збору і обробки фармацевтичної інформації студенти отримують знання з організації і проведення маркетингових досліджень.

Оцінка ефективності маркетингової діяльності є пріоритетним завданням маркетингового контролю. Напрямки і механізми реалізації контролю, критерії оцінки ефективності маркетингової діяльності та ін. дають можливість студентам узагальнити свої знання з маркетингу, усвідомити можливості і шляхи використання маркетингу у роботі фармацевтичних організацій.

У процесі підготовки студентів фармацевтичних спеціальностей з маркетингу кафедрою використовуються наукові розробки останніх років: дослідження структури переваг і моделювання поведінки споживачів; моделювання асортименту ЛЗ; оцінка конкурентоспроможності ЛЗ і фармацевтичних фірм; логістичне моделювання; моделювання оптимальних витрат фармацевтичних підприємств на маркетингові комунікації; розробка стратегій просування, оцінка їх ефективності.

Студентами виконуються магістерські та дипломні роботи з управління формуванням бренду, управління конкурентоспроможністю, оцінки і контролю маркетингової діяльності підприємств, з дослідження ефективності мерчандайзингу в аптеках, управління товарним асортиментом та ін. Теми робіт нерідко обираються з урахуванням практичних проблем фармацевтичних та аптечних підприємств.

Поглибленому вивченню студентами даного напрямку сприяють спеціалізації «Підприємництво у фармації» та «Маркетингові дослідження ринку лікарських засобів».

ЗМІСТ

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ І ПРОЦЕСУ ПРИЙНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ	
ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ Мнушко З.М., Пестун І.В.	3
РЕАЛЬНОСТЬ МАРКЕТИНГА КОМУНАЛЬНОГО ПРІДПРИЯТТЯ “ЛУГАНСКАЯ ОБЛАСТНАЯ “ФАРМАЦІЯ” Барнатович С.В.	11
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗНИЧНОГО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА УКРАЇНИ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2008 г. Деревянко І.	13
ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ ЗА ДАНИМИ РОЗДРІБНОГО АУДИТУ Преснякова В.В. Пестун І.В.	16
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ДІСТИЧНИХ ДОБАВОК Мнушко З.М., Сотнікова Н.В.	18
КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ Мнушко З.М., Бабічева Г.С.	23
ДОСЛІДЖЕННЯ РИЗИКІВ ПРИ РОЗРОБЦІ ТА ВИВЕДЕННІ НОВИХ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ Євтушенко О.М. Мнушко З.М.	29
ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДОСТУПНОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ, ЦО ЗАКУПОВУЮТЬСЯ ЗА ДЕРЖАВНІ КОШТИ Мнушко З.М., Шолойко Н.В.	31
МОДЕЛЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИЙНЯТТЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ Бондарєва І.В., Мнушко З.М.	33
ЗАСТОСУВАННЯ МЕТАФОР В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ Міщенко І.В., Музика Т.Ф.	35
ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ БИЗНЕС – МОДЕЛИ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ Алексеева Т.И.	37
ТЕОРЕТИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ ЯК ІНТЕГРАТИВНОЇ ФУНКЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ Сафіуліна З.Р., Мірошник М.В.	40
РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЧЕРЕЗ ЭФФЕКТИВНУЮ СИСТЕМУ УПРАВЛЕНИЯ ТРУДОВОЙ МОТИВАЦИЕЙ Мнушко З.Н., Тутутченко Е.В.	46

**МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ РОЛЬ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ
ФАРМАЦЕВТИЧНИХ І АПТЕЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

ВИКОРИСТАННЯ ІНДИКАТОРІВ ВООЗ В МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ Пестун І.В.	48
СТАН ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я НАСЕЛЕННЯ СИРІЇ ЯК СКЛАДОВОЇ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ Мнушко З.М., Карам Ахмед.....	50
АНАЛІЗ СЕГМЕНТА РЕКЛАМНОГО РЫНКА БЕЗРЕЦЕПТУРНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ Дремова Н.Б.	51
ДОСЛІДЖЕННЯ ДОСТУПНОСТІ ПРОТИАСТМАТИЧНИХ ПРЕПАРАТІВ, ПРЕДСТАВЛЕНИХ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ Толочко В.М., Немченко О.А.....	53
ИЗУЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПТЕЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Оккерт И.Л.....	54
ФАКТОРИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ СПОЖИВАЧАМИ ПРО ВИБІР ЗАСОБІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ ПРИ КАШЛІ Ольховська А.Б., Волощенко С.І.....	55
СТРУКТУРА СПОЖИВАННЯ ТА СПОЖИВАЦЬКІ ПЕРЕВАГИ АНТИГІСТАМІННИХ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ В УКРАЇНІ Слободянюк М.М., Самборський О.С.....	57
ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКЛАМНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛІКАРІВ ЩОДО ЛІКУВАННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ГАСТРОІНТЕСТИНАЛЬНИХ РОЗЛАДІВ У ДІТЕЙ Беляєва О.І., Трохимчук О.І.	63
АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ АНТИГІПЕРТЕНЗИВНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, РЕПРЕЗЕНТОВАНИХ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ Гудзенко О.П., Зобова І.О.	64
АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ПРОТИАЛЕРГІЧНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ЯКІ ПРЕДСТАВЛЕНІ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ Гудзенко О.П., Козицька К.І.	66
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ВИРОБІВ МЕДИЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ТОНОМЕТРІВ) Рогуля О.Ю.	68
ОГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ АНТИГЕЛЬМІНТНИХ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ Мнушко З.М., Попова Ю.В.	74
ОБЗОР РЫНКА ПРОТИВОГРИБКОВЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ Мнушко З.Н., Тиманюк И.В.....	79
МОНІТОРІНГ ЦІН НА ЛІКАРСЬКІ ПРЕПАРАТИ ІМУНОМОДУЛЮЮЧОЇ ДІЇ Немченко А.С., Стрельникова Ю.Л.	84
СПОЖИВАННЯ АНТИГІСТАМІННИХ ПРЕПАРАТІВ У ВІСНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ Самборський О.С., Просяник Л.Ф.	85
ОСОБЛИВОСТІ СПОЖИВАННЯ ПРОТИВИРАЗКОВИХ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ У РЕГІОНАХ УКРАЇНИ Івченко А.В., Слободянюк М.М.....	86

РИНОК ПРОТИВИРАЗКОВИХ ПРЕПАРАТІВ ВИРОБНИЦТВА ТОВ ФК «ЗДОРОВ'Я» Івченко А.В., Гречін П.В.	90
АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ М'ЯКИХ ЛІКАРСЬКИХ ФОРМ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ РАНОВОГО ПРОЦЕСУ Кобець Ю.М., Чуєшов В.І.	91
АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ ПРОБІОТИКІВ Кобець М.М., Гордієнко А.Д.	92
АВС- И ЧАСТОТНЫЙ АНАЛИЗ АНТИМИКОТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ ХРОНИЧЕСКОГО КАНДИДОЗНОГО ВУЛЬВОВАГИНИТА Мищенко О.Я.	93
ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІНОВОЇ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ХРОНІЧНОГО ОБСТРУКТИВНОГО БРОНХІТУ Левицька О.Р., Гасюк Г.Д., Любимська І.В.	94
ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ІНСПЕКЦІЇ З КОНТРОЛЮ ЯКОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА ОСНОВІ SWOT-АНАЛІЗУ Гасюк Г.Д., Левицька О.Р., Криницька Г.Г., Криницька Н.О.	96
АНАЛІЗ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ПРОТИТУБЕРКУЛЬОЗНИХ ПРЕПАРАТІВ В ДИНАМІЦІ Садова Д.Т.	98
РОЗВИТОК РИНКУ ПРЕПАРАТІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ В УРОЛОГІЇ Шевченко І.О.	100
ФАРМАКОЕКОНОМІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ	
ФАРМАКОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ФАРМАКОТЕРАПІЇ ХВОРИХ НА ВІЛ/СНІД Кабачна А.В., Шелкова Е.В.	101
РЕЗУЛЬТАТИ АНАЛІЗУ ВІГЧИЗНЯНОГО ФОРМУЛЯРНОГО ПЕРЕЛІКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ЗА РОЗДІЛОМ «ОНКОЛОГІЯ» У ПОРІВНЯННІ З ДАНИМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО КЕРІВНИЦТВА Немченко А.С., Подгайна М.В.	102
ФАРМАКОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ХОНДРОПРОТЕКТОРНИХ ПРЕПАРАТІВ У ТЕРАПІЇ ХВОРИХ НА ОСТЕОАРТРОЗ Панфілова Г.Л., Заріцька Г.М.	103
АНАЛІЗ ВІГЧИЗНЯНОГО ФОРМУЛЯРНОГО КЕРІВНИЦТВА ЗА РОЗДІЛОМ „ОНКОЛОГІЯ” В СИСТЕМІ РЕГУЛЮЮЧИХ ПЕРЕЛІКІВ ЛЗ Немченко А.С., Панфілова Г.Л.	104
ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ СТАТИНІВ В СИСТЕМІ РЕГУЛЮЮЧИХ ПЕРЕЛІКІВ Панфілова Г.Л., Корж Ю.В.	105
АНАЛІЗ ПРАКТИЧНИХ СХЕМ ФАРМАКОТЕРАПІЇ ПРИ ІНФЕКЦІЙНИХ ЗАХВОРЮВАННЯХ У ДІТЕЙ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОСТАЧАННЯ СТАЦІОНАРІВ Майнич Ю.В., Заліська О.М.	106
ФАРМАКОЕКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕРАПИИ ГАСТРОЭЗОФАГЕЛЬНОЙ РЕФЛЮКСНОЙ БОЛЕЗНИ ПРЕПАРАТАМИ ПРОКИНЕТИКОВ Герасимова О.А., Журихина Я.И.	107
ВИЗНАЧЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ДОСТУПНОСТІ ПРЕПАРАТІВ ТІОКТОВОЇ (α-ЛІПОЄВОЇ) КИСЛОТИ В СТАНДАРТНИХ СХЕМАХ ТЕРАПІЇ ХРОНІЧНИХ ГЕПАТИТІВ Федяк І.О.	108

ФАРМАКОЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ФАРМАКОТЕРАПІЇ ЗАХВОРЮВАНЬ ОРГАНІВ ДИХАННЯ Вишневська Л.І., Пестун І.В., Хохлова К.О.	115
НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИКИ ФАРМАЦЕВТИЧНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ	
РОЗРОБКА ТА ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У ЛОГІСТИЧНОМУ УПРАВЛІННІ ОПТОВИМИ ФАРМАЦЕВТИЧНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ Мнушко З.М., Куценко С.А., Дорохова Л.П.	116
ПІДХОДИ ДО ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ Сагайдак-Нікітюк Р.В.	121
ЛОГИСТИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМ ПРЕДПРИЯТИЕМ Дорохова Л.П. Павлюченко А.В.	126
ЛОГІСТИЧНЕ ПРОЕКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ЗОН ЗБЕРІГАННЯ ТА РОЗПОДІЛУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В ЗБРОЙНИХ СИЛАХ УКРАЇНИ Убогов С.Г.	127
СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ЛОГІСТИКУ РОЗДРІБНИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ Чешева М.В., Должнікова О.М., Зарічкова М.В.	128
АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ Фелдосєєва А.О., Сагайлак-Нікітюк Р.В.	130
ОПТИМІЗАЦІЯ ЗАМОВЛЕННЯ ТОВАРУ В ЛОГІСТИЧНОМУ ЗВ'ЯЗКУ "АПТЕКА- СКЛАД" Барнатович С.В., Гудзенко О.П.	131
ОЦІНЮВАННЯ СПОЖИВАЧЕМ ЯКОСТІ НАДАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ Громовик Б.П., Мокрянин С.М.	133
ФАРМАКОТЕРАПІЯ НЕВІДКЛАДНИХ СТАНІВ НА ДОГОСПІТАЛЬНОМУ ЕТАПІ З ПОЗИЦІЙ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ СІМЕЙНОЇ МЕДИЦИНИ Рогова О.Г., Кабачний О.Г.	138
ТОВАРНА, АСОРТИМЕНТНА, ЦІНОВА, ЗБУТОВА ТА КОМУНІКАТИВНА ПОЛІТИКА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ТА АПТЕЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ. Волох Д.С., Бутко Л.А., Баккалінський О.Г., Бутко А.Ю.	140
РИНКОВЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЮ ВІТЧИЗНЯНОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА Жацько С.В., Кодацька А. В.	141
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНО-АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИКА УПАКОВКИ ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ Скрильова Н.М., Чмихало Н.В.	142
МАРКЕТИНГОВЕ Й ЕКОНОМІЧНЕ ОБґРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ПРЕПАРАТІВ В ТОВАРНИЙ АСОРТИМЕНТ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА Жацько С.В., Слободянюк М.М.	147
МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ФИРМЫ Пузак Н.А.	153

ИЗУЧЕНИЕ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ АПТЕЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Софронова И.В., Сацук Ю.В.	154
ВПЛИВ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ДОСТУПНІСТЬ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ Трохимчук В'ячеслав.В.	155
ДОСЛІДЖЕННЯ СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОРУ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ Чмихало Н.В. Оккерт І.Л.	157
ПРОСУВАННЯ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ОПТОВИМ ФАРМАЦЕВТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК СКЛАДОВА ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ Мнушко З.М., Левченко І.П., Ольховська А.Б.	165
МАРКЕТИНГОВІ ТА ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ПРОСУВАННЯ ЛІКІВ, ЯКІ ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ ПІД ЧАС ВАГІТНОСТІ. Дацко А.Й., Корецька А. М.	173
ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ТА АПТЕЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ РИНКУ	
ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ДОБРОВІЛЬНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ Панфілова Г.Л.	175
АКТУАЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ Посилкіна О.В., Світлична К.С.	184
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ТА УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА Посилкіна О.В., Горбунова О.Ю.	188
НАУКОВО-ПРАКТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СТВОРЕННЯ ЄДИНОГО РЕГУЛЯТОРНОГО ОРГАНУ УПРАВЛІННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОЮ ГАЛУЗЗЮ УКРАЇНИ Ярмола І.К.	192
ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРІВ, ЯКІ СТРИМУЮТЬ РОЗВИТОК ПРОЦЕСУ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ Посилкіна О.В., Мусієнко Н.М.	194
ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ Деренська Я.М.	196
УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОМ ИННОВАЦИЙ В ФАРМАЦИИ НА ОСНОВЕ ПАТЕНТНОЙ ИНФОРМАЦИИ Посылкина О.В., Тиманюк В.Н.	197
ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В ПІДГОТОВКУ КАДРІВ В ПРОЦЕСІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ Посилкіна О.В. Козирева О.В. Яремчук О.А.	202
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЄКТАМИ У ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ ВИРОБНИЦТВІ В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ ВИМОГ GMP І СТАНДАРТІВ ISO Костюк Г.В.	206
ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ПРОВЕДЕННЯ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ Посилкіна О.В., Бабіченко Ю.А., Деркач Н.Ю.	208

ДО ПИТАННЯ СТВОРЕННЯ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ СПЕЦІАЛІСТІВ ФАРМАЦІЇ Галій Л.В.	211
АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ Посилкіна О.В., Братішко Ю.С.	213
АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ТА АДАПТАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ АПТЕК Немченко А.С., Тетерич Н.В.	218
ВИЗНАЧЕННЯ ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ ЩОДО ОПТИМІЗАЦІЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ АПТЕК В УКРАЇНІ Немченко А.С., Кубарева І.В.	220
ФОТОГРАФІЯ РОБОЧОГО ЧАСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ Посилкіна О.В., Доровський О.В., Кубасова Г.В.	221
НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ	
ІНТЕРНЕТ-АПТЕКИ УКРАЇНИ В РАМКАХ НОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА Толочко В.М., Медведєва Ю.П.	225
АНАЛІЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ ПО ЗАБЕЗПЕЧЕННЮ ТА РЕГУЛЮВАННЮ ДОСТУПНОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ Пономаренко М.С., Трохимчук В'ячеслав В.	227
ЕКСТЕМПОРАЛЬНЕ ВИГОТОВЛЕННЯ ЛІКІВ В ЗАКОНОДАВСТВІ КРАЇН ПОСТРАДЯНСЬКОГО ПРОСТОРУ Гала Л.О., Волох Д.С.	228
АНАЛІЗ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ ТА РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМИ ЛЗ В КРАЇНАХ СВІТУ Котвицька А.А., Суріков О.О.	229
ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ	
СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКЛАДАННЯ МАРКЕТИНГУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ СПЕЦІАЛІСТІВ ФАРМАЦІЇ Мнушко З.М.	231
АКТУАЛЬНІСТЬ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ЛОГІСТИКИ ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ Посилкіна О.В., Сагайдак-Нікітюк Р.В., Чусшов О.В.	233
ФОРМУВАННЯ ЗНАТЬ, ВМІНЬ ТА ПРАКТИЧНИХ НАВИЧОК КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПІДГОТОВЦІ СПЕЦІАЛІСТІВ З МАРКЕТИНГУ Мнушко З.М., Слободянюк М.М.	239
АСПЕКТИ ПІЗНАВАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПРИ ВИВЧЕННІ МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ У ФАРМАЦІЇ Городецька І.Я., Корнієнко О.М.	241
АВТОРСЬКИЙ ПОКАЖЧИК	243
СПИСОК ОРГАНІЗАЦІЙ-УЧАСНИКІВ КОНФЕРЕНЦІЇ	245

Наукове видання

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ
ТА ЛОГІСТИКИ ФАРМАЦЕВТИЧНИМИ
ОРГАНІЗАЦІЯМИ**

**МАТЕРІАЛИ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**21 жовтня 2008 року
м. Харків**

Відповідальна за випуск *З. М. Мнушко*

Підписано до друку 06.10.2008. Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times. Друк ризо. Ум. друк. арк. 15,75. Обл.-вид. арк. 16,5.
Тираж 300 прим.

Видавництво Національного фармацевтичного університету.
Україна, 61002, м. Харків, вул. Пушкінська, 53. Тел. (057) 706-30-71.
Свідоцтво серії ДК № 33 від 04.04.2000.

Віддруковано з оригінал-макету в друкарні ФОП Азамаєв В.Р.
Україна, 61111, м. Харків, вул. Познанська, 6, к. 84. Тел. (057) 362-01-52.
Свідоцтво про державну реєстрацію серії ВО2 № 229278 від 25.11.1998.