цевтического рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта.

Формирование маркетинговой программы бизнес-плана заключается в организации маркетинга в аптеке, которая предусматривает выполнения в нескольких этапов и направлений: планирование (стратегическое и тактическое); определение целевой аудитории и мониторинг потребностей, мотиваций и предпочтений этой целевой аудитории данной аптеки; позиционирование аптеки — управление товарными запасами, управление спросом посредством проведения взвешенной ценовой политики; формирование имиджа аптеки.

Таким образом, разработка бизнес-плана для создания новой аптеки достаточно трудоемкий и сложный процесс. Одним из основных условий достижения эффективности и реального воплощения в жизнь бизнес-плана является четкое соблюдение этапов и определение целей его составляющих.

Литература:

- 1. Siropolis N.C. Small Bisiness Management. HoughtonMiffinCompany. Boston, 1999.
- 2. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2002. 462-464c.
- 3. Самоукин А.И., Шишов А.П. Теория и практика бизнеса: Учебнопрактическое пособие. М.: РДЛ, 2007.
- 4. Черняк В.З., Чараев Г.Г. Бизнес-планирование. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. 20-26 с.

УДК: 615.2:658.567(477)

ПРОБЛЕМА ФАЛЬСИФИКАЦИИ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ В УКРАИНЕ

Анищенко В.С., Светочева И.И.,проф. Котвицкая А.А Кафедра социальной фармации

Вопрос о фальсификации лекарственных препаратов является глобальной проблемой в мире, касающейся как развитых стран, так и стран с развивающейся экономикой. Впервые на проблему фальсификации лекар-

ственных средств медицинское сообщество в лице Всемирной организации здравоохранения обратило внимание в 1987 году. По мнению экспертов, мировой оборот поддельных лекарств стоит на третьем месте после продажи наркотиков и оружия. Также проблема фальсификации лекарственных средств актуальна и для Украины. Об этом свидетельствуют данные Всемирной организации здравоохранения, по которым около 50% всех лекарственных средств в Украине являются фальсифицированными.

Целью данного исследования стало проведение анализа проблемы фальсификации лекарственных средств в Украине.

В работе использовались методы анализа, библиографический метод и метод логического обобщения.

Применение некачественных препаратов может стать причиной серьезных негативных последствий для здоровья людей, что неминуемо затрагивает репутацию и усложняет работу производителей качественных лекарственных препаратов. Специалисты фармацевтической отрасли, прилагая значительные усилия для предотвращения этого явления в Украине, отмечают, что наблюдается устойчивая тенденция к росту количества фальсифицированных лекарственных средств. Статистика показывает, что чаще всего подделывают препараты, которые имеют ежедневный спрос, а именно обезболивающие, антибиотики, психотропные вещества, лечебную косметику и биологические добавки.

Распространению фальсифицированных лекарственных средств способствует множество факторов. Среди них: несовершенство нормативноправовой базы; некомпетентные национальные уполномоченные органы или их отсутствие; невыполнение требований действующего законодательства; недостаточно жесткие штрафные санкции; коррупция и конфликт интересов; сделки, в которые вовлечено много посредников; спрос, превышающий предложение; высокие цены; совершенствование нелегального производства лекарств; неэффективное взаимодействие органов власти; неэффективное регулирование в экспортирующих странах и зонах свободной торговли.

Государственная инспекция по контролю качества лекарственных средств Министерства здравоохранения Украины разработала и предложила фармацевтическим предприятиям ряд мер по предупреждению фа-

льсификации. Среди них — разработка производителями системы (в частности, использование защитных этикеток) для предупреждения фальсификации своей продукции; усиление контроля хранения и учета сырья, материалов, технологического оборудования, упаковки; регулярное обследование своих каналов распространения и реализации продукции с целью выявления фальсификации и др.

В помощь инспекторам фармацевтической продукции предусмотрены стандартные операционные процедуры, которые включают порядок и процедуру отбора, проверки, учета, прекращения поступления, систему оповещения о предпринятых действиях, способ уничтожения подозрительной продукции.

Таким образом, проблема фальсифицированных лекарственных средств является многоуровневой: международной, государственной, региональной, каждого отдельного предприятия и потребителя, — и разрешение ее рассматривается как составляющая качественной лекарственной политики.

Литература:

- 1. Про лікарські засоби: Закон України від 04.04.1996 № 123/96-ВР: станом на 15.01.2015 р. // Відомості Верховної Ради України. 1996. № 22. Ст. 86.
- 2. Копытин Д. А. Борьба с фальсифицированными лекарственными препаратами в Европейском Союзе и в России / Д.А. Копытин // Ремедиум. – $2012 \, \Gamma$. – $\mathbb{N} 9$ – C. 8-13.

УДК:615.1:659.1.011.1

ПЛАНУВАННЯ РЕКЛАМИ ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ КОМПАНІЙ ТА ОЦІНКА ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

Булавіна К.О., Свєточева І.І., проф.Котвіцька А.А.

Кафедра соціальної фармації

Реклама фармацевтичних товарів ϵ природним інструментом економіки і важливим регулятором ринкової системи. Одним з найважливих завдань ϵ організація комплексу ефективних рекламних заходів, для реаліза-