



**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

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ВИРОБІВ МЕДИЧНОГО
ПРИЗНАЧЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ТОНОМЕТРІВ)

Роголя О. Ю., канд. фарм. н., доцент каф. менеджменту та маркетингу у фармації
Національний фармацевтичний університет

Проведены маркетинговые исследования рынка изделий медицинского назначения на примере средств измерения артериального давления и определены потребительские предпочтения при выборе и покупке тонометров. Установлено, что 83,0% потребителей приобретают тонометры в аптеке. Наибольшим спросом пользуются автоматические измерители артериального давления и пульса с манжетой на запястье (38,0%). Среди критериев, учитываемых потребителями при покупке тонометров, важными являются удобство в применении (отмечают 68,0% респондентов), качество (67,0%), сервисное обслуживание (63,0%). Предложена модель прогнозирования объемов реализации тонометров в аптеке с учетом временных рядов.

За даними ВООЗ хвороби серцево-судинної системи найчастіше с причиною смерті у більшості країн світу, в тому числі й в Україні, яка знаходиться на одному з перших місць за рівнем загальної смертності та займає останні позиції за показником середньої тривалості життя. У загальній структурі захворюваності частка серцево-судинних хвороб має постійну тенденцію до зростання, особливо це стосується захворюваності артеріальною гіпертензією (АГ) (стійкого підвищення артеріального тиску), яка щорічно посідає перше місце і зустрічається у 15,0-20,0% дорослого населення у світі.

Наслідком невчасної діагностики захворювання може стати втрата працездатності, поява різних ускладнень (наприклад, крововилив в мозок, гіпертонічна енцефалопатія, гіпертонічне серце, стенокардія, інфаркт міокарда, гостра і хронічна серцева недостатність, аритмії і раптова серцева смерть, зморщення нирок з хронічною нирковою недостатністю та ін.). У зв'язку з цим в країнах світу розроблені та реалізуються національні програми профілактики та лікування захворювань з серцево-судинними захворюваннями []. У США реалізація програми протягом 20 років дозволила знизити показники смертності від порушень мозкового кровообігу на 56,0%, а ішемічної хвороби серця — на 40,0%.

В Україні діє «Програма профілактики і лікування артеріальної гіпертензії в Україні». За даними статистичних звітів МОЗ та Держкомстату України реалізація програми дозволила вдвічі збільшити виявлення випадків захворювань АГ, з'явилася тенденція стабілізації показників захворюваності на мозковий інсульт та смертності від судинних уражень мозку, на 44,0% досягнуто зниження первинної інвалідності від АГ, на 10,0% зменшилася частка померлих від АГ у працездатному

віці. Слід зазначити, що існує суттєва розбіжність між офіційними даними та даними епідеміологічних досліджень, за якими у близько 5,5 млн. хворих АГ захворювання своєчасно не діагностовано.

На даний час існує значний арсенал лікарських засобів (ЛЗ), застосування яких знижує ймовірність появи та розвитку ускладнень внаслідок патологічної зміни артеріального тиску. Проте, поряд з традиційною лікарською допомогою першочерговим залишається постійне відстеження показників артеріального тиску, контроль яких здійснюється як в спеціалізованих закладах, так і в домашніх умовах, за допомогою тонометрів. Факторами, які сприяють розширенню ринку тонометрів, є розширення функцій чи поєднання функціональних можливостей різних приладів, задоволеність потреб окремих груп споживачів (для систематичного вимірювання, для вагітних жінок, для хворих з вадами зору), зміни у дизайні, комплектуючих елементах тощо. Точність приладів зарубіжного виробництва підтверджується дотриманням вимог незалежних організацій (наприклад, Британська спілка гіпертонії (BHS), Американська асоціація з удосконалення медичного обладнання (AAMI), Німецький інститут стандартизації (стандарт DIN)).

У зв'язку з постійно зростаючим попитом на тонометри нами проведено маркетингове дослідження, основною метою якого є визначення факторів, які обумовлюють вибір споживачів при придбанні тонометрів, та прогнозування обсягу реалізації тонометрів в аптечному закладі з використанням математичних моделей.

Сьогодні ринок виробів медичного призначення (ВМП) має складну структуру, яка постійно змінюється завдяки появі нових технологій створення удосконаленої та модифікованої продукції. Взагалі у 2006 р. місткість світового ринку ВМП склала 1,5 млн. виробів або 145 млрд. дол. У 2007 р. обсяги реалізації зросли майже вдвічі (до 260 млрд. дол.). Провідними виробниками є США та Японія, частка яких склала відповідно 43,0% та 13,0%. Що стосується ринку тонометрів, то в Україні представлена переважно продукція зарубіжних виробників з таких країн, як Японія (частка ринку 35,0%), Тайвань (27,5%), Росія (10,0%), США (7,5%), решта — частка Німеччини, Сінгапуру, Китаю, Південної Кореї та ін..

Під час дослідження, яке передбачало визначення споживацьких переваг та потреб при виборі апаратів для вимірювання тиску, проведено анкетне опитування споживачів. В опитуванні прийняло участь 100 респондентів, які придбали тонометр в аптечному закладі у жовтні 2007 р. (ЧОКП „Ліки України”, м. Чернігів).

У структурі респондентів, вік яких від 20 до 55 років і старше, 63,0% — жінки. При аналізі частоти використання тонометрів встановлено, що для різних вікових категорій властиві різні показники встановлено, що постійно користуються тонометром 5,0% чоловіків та 10,0% жінок віком старше 55 років, 1-2 рази на тиждень — 6,0% чоловіків та 7,0% жінок віком 41-55 років. Дуже рідко вимірюють

тиск респонденти віком 21-25 років (4,0% чоловіків та 19,0% жінок) та 26-40 років (6,0% чоловіків та 4,0% жінок).

Всі респонденти придбали тонометр в аптеці, проте, за прийнятною ціною могли б придбати і в інших місцях реалізації. Зокрема, більшість респондентів (83,0%) віддають перевагу придбанню тонометрів в аптеці, 8,0% — в аптечному кіоску, 4,0% — у дистриб'юторів, а решта — в супермаркетах, на ринку. Отже, можна зробити висновок, що саме аптеки є найбільш доступним місцем покупки тонометрів і тому відіграють провідну роль у формуванні попиту на тонометри.

У структурі переваг споживачів, яку демонструє рис. 1, перші позиції займають автоматичні вимірювачі артеріального тиску та пульсу (38,0% — для зап'ястя та 30,0% — для передпліччя).

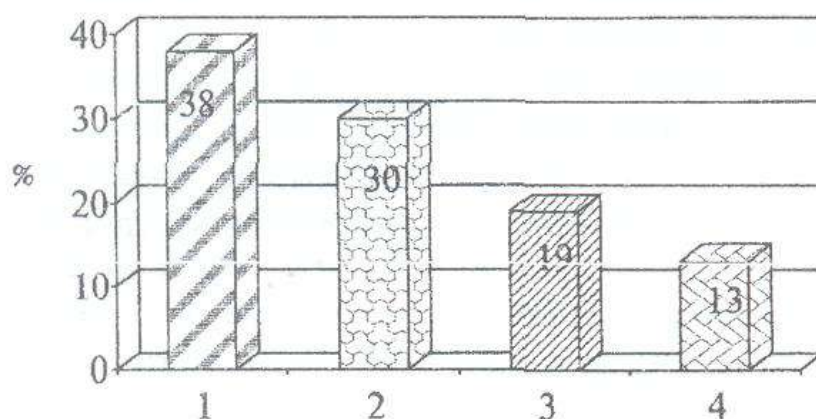


Рис. 1. Структура переваг споживачів тонометрів: 1 — автоматичні вимірювачі артеріального тиску та пульсу з манжетою на зап'ястя; 2 — автоматичні вимірювачі артеріального тиску та пульсу з манжетою на передпліччя; 3 — тонометр механічний зі стетоскопом; 4 — напівавтоматичні вимірювачі артеріального тиску та пульсу з манжетою на передпліччя.

Вибір споживачів залежить не тільки від цінового фактору, але й від рекомендацій. Так, найбільше споживачів (46,0% респондентів) прислуховується до порад друзів та знайомих при виборі тонометру. Звернулися за рекомендацією до лікаря 32,0% опитаних, а 10,0% — порадилися з провізором. Решта споживачів покладаються на власний розсуд, а, отже, можуть звернутися за консультацією до провізора. Персонал аптеки повинен бути підготовлений до надання консультаційної допомоги при виборі апарату. Наприклад, досить часто споживачі прагнуть придбати цифрові апарати, тоді як людям старшого віку, особливо при захворюваннях стенокардією, слід користуватися механічними засобами вимірювання.

Для споживачів характерним є розвиток культури збереження здоров'я за рахунок самоконтролю показників життєдіяльності. Передусім споживачі відмічають прагнення піклування про своє здоров'я (78,0%), необхідність постійного контролю за тиском (56,0%) та виявлене серцево-судинне захворювання (38,0%).

Під час дослідження визначено критерії, якими керуються споживачі. У табл. 1 наведено критерії оцінки при виборі тонометру за ступенем важливості для респондентів.

Таблиця 1

Критерії оцінки при виборі тонометру за ступенем важливості

Ступінь важливості	Критерії (у%)					
	ціна	якість	марка	гарантійний строк	сервісне обслуговування	зручність у використанні
Дуже важливо	53,0	67,0	5,0	19,0	63,0	68,0
Важливо	23,0	18,0	10,0	32,0	32,0	23,0
Не дуже важливо	11,0	10,0	23,0	25,0	3,0	4,0
Зовсім не важливо	13,0	3,0	62,0	24,0	2,0	5,0

Як свідчать дані табл. 1 для споживачів пріоритетним є зручність у використанні та якість продукції (вважають відповідно 68,0% та 67,0% респондентів), сервісне обслуговування (63,0%). Такий фактор як ціна займає лише четверту позицію серед критеріїв (53,0%). Зовсім не важливою для опитуваних є марка виробника, на що вказали 62,0% респондентів.

На наступному етапі проведено аналіз асортименту та прогнозування обсягів реалізації засобів вимірювання тиску, які пропонуються в аптеці. Аналіз асортименту здійснено на прикладі обсягів реалізації тонометрів за 2003-2007 рр. в аптеці ЧОКП „Ліки України” (м. Чернігів). У статті наводиться приклад побудови моделі часових рядів методом екстраполяції для прогнозування обсягів реалізації автоматичного вимірювача артеріального тиску та пульсу з манжетою на зап'ястя (саме цей вид тонометру користується найбільшим попитом у споживачів) (рис. 2). Як бачимо, відстежується тенденція до зростання обсягів реалізації тонометру.

Аналіз адекватності моделі передбачав оцінку трендової моделі; встановлення показників адекватності; аналіз залишків (циклічних компонентів). Для аналізу розраховано показники (середньостатистична похибка, відносна похибка, коефіцієнт кореляції, критерій Дарбіна-Уотсона), значення яких доводять адекватність моделі. Показники середнеквадратичної та відносної похибки досить низькі (відповідно $S=23,59$ та $f=4,63$). Значення коефіцієнту кореляції ($r=0,95$) наближається до 1, тобто експериментальні та прогнозні дані сильно пряموкорельовані. Значення критерію Дарбіна-Уотсона близько до 2, тобто автокореляція залишків відсутня і оцінка згладжувальної функції приймається. На підставі аналізу залишків (циклічних компонентів) показано, вибіркова щільність розподілу залишків успішно апроксимується нормальним законам розподілу, що є ознакою адекватності побудованої моделі прогнозу.

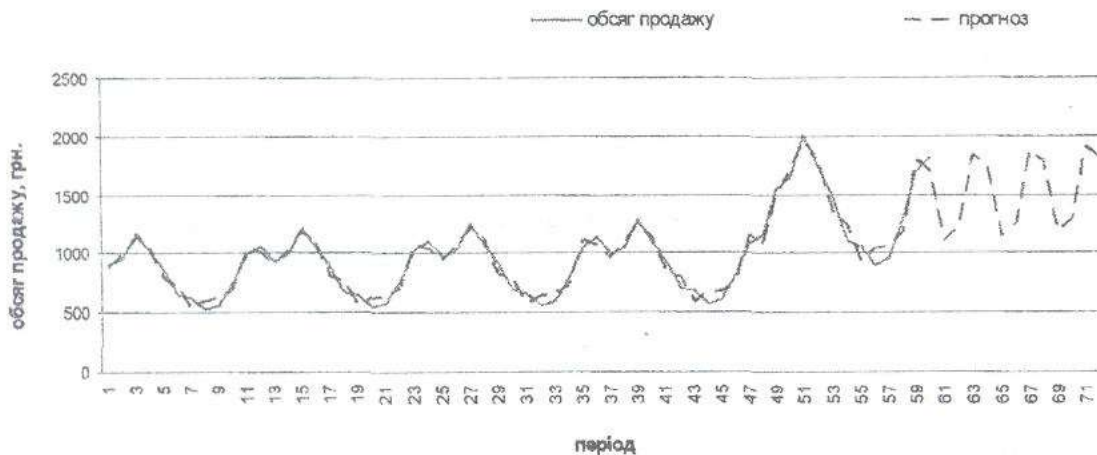


Рис. 2. Прогнозування обсягу реалізації автоматичного вимірювача артеріального тиску та пульсу з манжетою на зап'ястя

Отже, аптечний заклад може використовувати модель часових рядів методом екстраполяції для прогнозування обсягів реалізації, що сприятиме зменшенню невизначеності та мінімізує ризик при прийнятті рішень у сфері формування асортименту як виробів медичного призначення, так і тонометрів взагалі.

Висновки:

Проведено маркетингові дослідження ринку виробів медичного призначення на прикладі засобів вимірювання артеріального тиску та визначено споживацькі переваги при виборі та придбанні тонометрів. Встановлено, що 83,0% споживачів придбають тонометри в аптеці. Найбільшим попитом користуються автоматичні вимірювачі артеріального тиску та пульсу з манжетою на зап'ястя. Серед критеріїв, які враховуються споживачами при покупці тонометру, найвагомішими є зручність у використанні (відмітили 68,0% респондентів), якість (67,0%), сервісне обслуговування. Запропоновано модель прогнозування обсягів реалізації тонометрів з урахуванням часових рядів в аптечному закладі.

Перелік використаної літератури:

1. Божук С. Г. Маркетинговые исследования / С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2003. – 298 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг / С. С. Гаркавенко. – Підручник. – 4-ге вид. доп. – К.: Лібра, 2006. – 720 с.
3. Национальная программа "Здоровое сердце каждому кыргызстанцу к 2010 году" от 2 декабря 1998 года №782. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.government.gov.kg>.
4. Национальная программа борьбы с артериальной гипертонией. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pharmnews.kz>

5. Поляков Н. Новые тенденции на рынке тонометров / Н. Поляков // Российские аптеки. – 2006. – №12-1. – С. 31-34.
6. Програма профілактики і лікування артеріальної гіпертензії в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.moz.gov.ua>.
7. Трифонов С. В. Ресурсное обеспечение профилактики и лечения артериальной гипертонии в Российской Федерации / С. В. Трифонов // Экономика здравоохранения. – 2001. – №11-12.

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 АСОРИМЕНТУ АНТИГІПЕРТЕНЗИВНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, РЕПРЕЗЕНТОВАНИХ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ Гудзенко О.П., Зобова І.О.	64
АНАЛІЗ АСОРИМЕНТУ 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 ПРОЕКТНОЇ 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 ПРОЕКТАМИ 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 BO2 № 229278 від 25.11.1998.