



**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

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖ
НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Мнушко З. М., докт. фарм. н., проф., Бабічева Г. С., аспірант
Національний фармацевтичний університет

Постановка проблеми у загальному вигляді, її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Динамічний розвиток фармацевтичного ринку України набирає інтенсивних обертів відповідно до світових тенденцій економічної глобалізації. Цю тезу певною мірою підтверджують процеси інтеграції та консолідації, що відбуваються у вітчизняній фармацевтичній галузі та спричиняють становлення таких нових організаційних структур як корпоративні аптечні мережі, фарммаркети, оптово-роздрібні об'єднання, фармацевтичні холдинги [4, 8]. Експерти прогнозують подальший активний розвиток інтегрованих та мережевих аптечних підприємств в Україні, що в свою чергу потребує відповідної науково обґрунтованої характеристики принципів маркетингової діяльності нових організаційних структур [3].

Аналіз останніх досліджень з публікацій, на які спирається автор. Аналіз наукової літератури показав, що дослідженню питань стосовно формування сучасних фармацевтичних інтегрованих організацій та зокрема аптечних мереж останнім часом приділяється значна увага. Це відображають здебільшого роботи зарубіжних авторів [1, 2, 7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на високу актуальність процесів консолідації та інтеграції у фармацевтичній галузі на сьогодні у вітчизняній науковій літературі недостатньо висвітлені дослідження стосовно сучасних напрямків розвитку ринкової, у тому числі маркетингової, діяльності аптечних підприємств, загальної характеристики нових організаційних структур, переваг та недоліків аптечних мереж, а також, перспектив подальшого розвитку роздрібного ринкового сегменту.

Формулювання цілей статті. Метою даної роботи є дослідження ключових аспектів та основних тенденцій розвитку аптечних мереж на вітчизняному фармацевтичному ринку.

Виклад основного матеріалу досліджень з обґрунтуванням отриманих результатів. Процеси консолідації та інтеграції відбуваються як у виробничому, так і у дистриб'юторському секторах фармацевтичної галузі, але найбільш інтенсивного розвитку набуває у роздрібній ланці поширення аптечних мереж. За таких умов постійно змінюється інфраструктура роздрібного ринку, зокрема збільшується частка аптек (майже 50%) на фоні скорочення кількості аптечних пунктів та кіосків [5]. Мережева форма організації роздрібної торгівлі на сьогодні є найбільш динамічно

розвиваючою та перспективною, про що свідчать статистичні дані: за оцінками експертів частка мережевих аптек в Україні складає приблизно 60% [4] (рис. 1).



Рис. 1. Структура роздрібного сегменту фармацевтичного ринку України

Слід відзначити, що на вітчизняному фармацевтичному ринку переважають дрібні та середні аптечні мережі, до складу яких входять 5-10 роздрібних точок (РТ) [5]. Найбільш потужні мегамережі представлені здебільшого комунальними підприємствами, такими як КП «Луганська обласна «Фармація» (553 РТ); «Фармація», Крим (311 РТ); ПОКП «Полтавафарм» (282 РТ); «Фармація», Дніпропетровськ (233 РТ); «Фармація», Київ (208 РТ), а також комерційними оптово-роздрібними об'єднаннями – Група компаній «Аптечний холдинг» (695 РТ), ТОВ «Мед-сервіс» (162 РТ), ФК «Фалбі» (133 РТ) [2, 6]. Узагальнена класифікація аптечних мереж наведена на рис. 2.



Рис. 2. Типи аптечних мереж

На сьогодні на фармацевтичному ринку 75% мегамереж функціонують виключно в межах однієї області, проте завдяки процесам регіональної експансії мережеві структури набирають потужних обертів, що сприяє розвитку національних

операторів [6]. Створення та поширення аптечних мереж відбувається за різними напрямками шляхом:

- реорганізації самостійних аптек в мережу за рахунок органічного зростання;
- інтеграції самостійних аптек в існуючі мережі;
- об'єднання різних аптек в єдину мережу;
- відкриття роздрібних структур виробниками;
- створення власних аптечних мереж оптовими компаніями.

Отже сучасні тенденції розвитку аптечного сегменту фармацевтичного ринку свідчать про надзвичайну актуальність дослідження мережевих структур. З метою вивчення маркетингової діяльності аптечних мереж була розроблена анкета та проведено анкетування керівників аптечних закладів мережевого та немережевого типів. На даному, початковому етапі досліджень опрацьовано фрагменти 122 анкет. Аналіз присвячений розвитку аптечних мереж, вивченню головних принципів та особливостей становлення мережевих аптек.

Результати анкетування свідчать про те, що більшість респондентів (81%) погоджуються з твердженням, що формування аптечних мереж на сьогодні є позитивною тенденцією та достатньо перспективним напрямком розвитку вітчизняного фармацевтичного ринку (рис. 3). Дані стосовно ефективності вирішення маркетингових завдань в аптеках представлені на рисунку 4, з якого видно, що майже для 40% опитуваних ефективність вирішення маркетингових завдань не залежить від організаційної структури аптеки, проте 50% респондентів вважають, що маркетингові завдання більш ефективно вирішуються у мережевих аптеках (рис. 4).

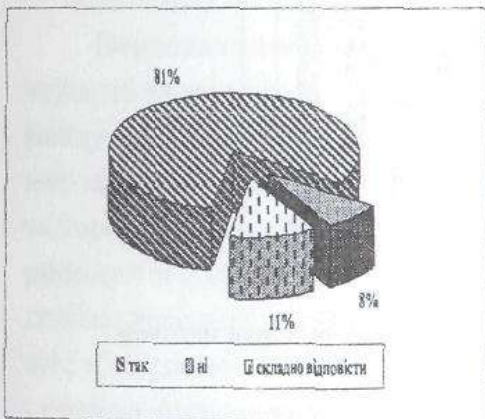


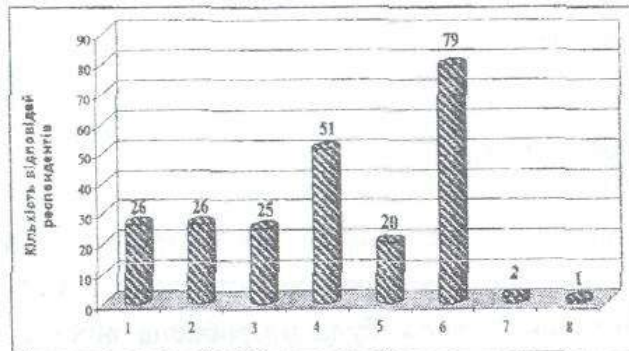
Рис. 3. Ставлення керівників аптек до розвитку мережевих структур



Рис. 4. Ефективність вирішення маркетингових завдань в мережевих та немережевих аптеках

При проведенні дослідження ми також вивчали основні проблеми, які перешкоджають розвитку аптечного мережевого бізнесу в Україні. На думку багатьох керівників серед головних факторів, які негативно впливають на процеси розвитку та розповсюдження аптечних мереж, високу питому вагу займають достатньо жор-

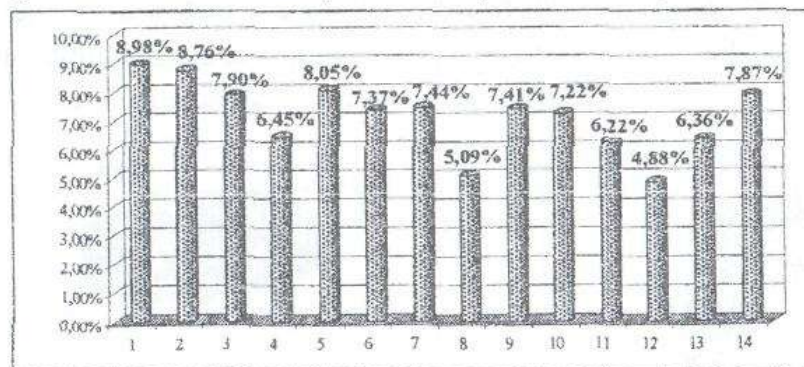
стка конкуренція та висока вартість відкриття роздрібною точки, що складає 79 та 51 відповідей з урахуванням можливості вибору кількох варіантів (рис. 5).



- 1 – відсутність законодавчої бази
- 2 – дефіцит нерухомості та ризику роботи в орендних приміщеннях
- 3 – недостатня кількість інвестицій у фармацевтичну галузь
- 4 – висока вартість відкриття роздрібною точки
- 5 – складність впровадження та переходу на нові формати торгівлі
- 6 – достатньо жорстка конкуренція
- Власний варіант:
- 7 – перенасичення ринку роздрібними точками
- 8 – відсутність кваліфікованих кадрів

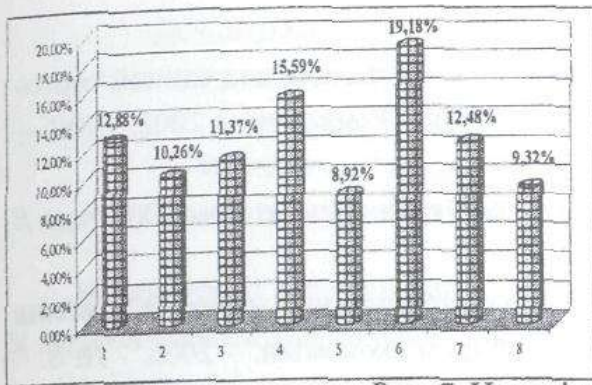
Рис. 5. Фактори, які перешкоджають розвитку аптечних мереж

Згідно з даними анкетування були досліджені головні аспекти маркетингової діяльності мережевих аптек, а також за 10-ти бальною шкалою проведена оцінка переваг та недоліків аптечних мереж, результати якої наведені на рисунках 6 і 7 відповідно. Слід відзначити, що більшість керівників бачать переваги мережевих аптек у питаннях стосовно збільшення товарообігу, зниження закупівельних цін на товари, розширення асортименту, та формування іміджу. Це пояснюється тим, що наведені маркетингові завдання на сьогодні є ключовими аспектами підвищення ефективності діяльності аптек, незважаючи на такі суттєві недоліки мережевих аптек, як обмеження можливостей стосовно прийняття самостійних рішень та проведення гнучкої цінової політики.



- 1 – збільшення товарообігу – зменшення витрат
- 2 – надання знижок на товар від виробників та дистриб'юторів завдяки великим обсягам закупівель
- 3 – більш доступний товар для споживачів за рахунок низьких оптових цін
- 4 – розширення асортименту за рахунок парафармацевтичних товарів
- 5 – можливість мати в асортименті дорогі препарати
- 6 – спрощення функції замовлення та механізму постачання товару
- 7 – можливість впровадження сучасного програмно-технічного забезпечення
- 8 – зниження маркетингових ризиків
- 9 – можливість розширення спектру послуг
- 10 – підвищення якості товарів за рахунок зниження кількості посередників
- 11 – можливість створення централізованого відділу маркетингу
- 12 – можливість залучення до штату спеціалістів з маркетингу
- 13 – висока мотивація персоналу та мобільне навчання співробітників
- 14 – єдиний фірмовий стиль - формування та підтримка іміджу

Рис. 6. Переваги аптечних мереж



- 1 – висока капіталоємність
- 2 – стандартний та універсальний підхід у питаннях стосовно асортименту
- 3 – відсутність оперативного реагування на дефектуру
- 4 – відсутність можливості вести гнучку цінову політику
- 5 – повільна адаптація до змін на регіональних ринках
- 6 – відсутність можливості прийняття самостійних рішень
- 7 – зниження мотивації та обмеження прав керівництва
- 8 – складність організації контролю за діяльністю мережевих аптек

Рис. 7. Недоліки аптечних мереж

Виходячи з вищевикладеного, можна з великою мірою впевненості прогнозувати подальше поширення мережевої форми торгівлі на вітчизняному фармацевтичному ринку та сформувані основні тенденції розвитку аптечних мереж:

- реорганізація регіональних аптечних мереж в національні за рахунок регіональної експансії;
- відкриття фармацевтичних маркетів та торговельних залів в аптеках з відкритим форматом торгівлі;
- оптимізація локалізації роздрібних точок;
- розширення асортименту;
- підвищення рівня якості обслуговування клієнтів;
- розширення спектру сервісних послуг;
- розвиток мережевого бренду та створення власних торговельних марок;
- ефективне використання функцій маркетингу, логістики з залученням професійно підготовлених фахівців та організація спеціалізованих структурних підрозділів.

Перспективні напрямки подальших досліджень. В умовах зростаючої конкуренції та загострення боротьби за увагу клієнта на вітчизняному фармацевтичному ринку актуальним є створення як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях потужних конкурентоспроможних компаній у вигляді вертикально-інтегрованих та горизонтально-інтегрованих систем – оптово-роздрібних об'єднань, холдингів, корпорацій зі своєю активною торговельною мережею. У зв'язку з цим доцільним є подальше ретельне вивчення маркетингової діяльності мережевих та немережевих аптек, а також дослідження кадрового забезпечення вирішення маркетингових завдань сучасних фармацевтичних організаційно-інтегрованих підприємств.

Висновки:

1. Проведено аналіз сучасних тенденцій на вітчизняному фармацевтичному ринку.
2. Наведено загальну класифікацію аптечних мереж.
3. Проаналізовано результати анкетування керівників аптек, виділені ключові аспекти становлення та розвитку аптечних мереж. Сформовано прогноз подальшого розвитку аптечного мережевого бізнесу в Україні.

Перелік використаної літератури:

1. Бучина, А. Тенденции развития аптечных сетей, работающих под единой торговой маркой / А. Бучина, С. Гоголева, И. Хоменчук // Рсмедиум. – 2008. - №2. – С. 18-21.
2. Горлова И. С. Обзор фармацевтического рынка Украины по итогам 2007 года // Провизор. -- 2008. - №8. – С. 11-18.
3. Дідківська Л. І. Тенденції розвитку роздрібних торговельних мереж та їх вплив на конкурентне середовище // Актуальні проблеми економіки. – 2006. - № 8. – С. 119-125
4. Жахалова, С. В. Значимые тенденции в розничном звене фармацевтического рынка Украины // Провизор. – 2007. - №15. – С. 8-11.
5. Кунда Е. Структура аптечных сетей часть 1: Украина и Киев // Е-к Аптека. – 2007. - № 30. – С. 92-93.
6. Кунда Е. Инфраструктура аптечного рынка часть 1: Украина в целом / Е. Кунда. Е. Карманита // Е-к Аптека. – 2008. - № 19. – С. 82-83.
7. Поляков, Н. Аптечный ритейл: куда мчится «локомотив» коммерческой розницы? // Российские аптеки. – 2007. - № 9. – С. 10-11.
8. Старенькая И. Ключевые факторы развития украинского фармацевтического рынка: ожидания, прогнозы, перспективы // Здоровье Украины. – 2007. - № 6. – С. 76-77.

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ УКРАИНЫ

Мнушко З. Н., д. фарм. н., проф., Бабичева А. С., аспирант

Проведен анализ современных тенденций на отечественном фармацевтическом рынке. Представлена общая классификация аптечных сетей. Проанализированы результаты анкетирования руководителей аптек, выделены ключевые аспекты становления и развития аптечных сетей. Сформирован прогноз дальнейшего развития аптечного сетевого бизнеса в Украине.

KEY ASPECTS OF BECOMING AND DEVELOPMENT OF CHEMIST'S NETWORKS IN UKRAINIAN PHARMACEUTICAL MARKET

Mnushko Z. N., doct., professor, Babicheva A. S., the post-graduate student

The analysis of modern lines in the domestic pharmaceutical market is lead. The common classification of chemist's networks is presented. Results of questioning of chemist's managers are analyzed, key aspects of becoming and development of chemist's networks are allocated. The forecast of the further development of chemist's network business in Ukraine is generated.

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 Вишневецька 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.