

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ
ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**



**МАТЕРІАЛИ
ІІІ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ**

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У СКЛАДІ
СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ, НАУКИ, ОСВІТИ, ПРАКТИКИ**

**МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СОСТАВЕ
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ, НАУКИ,
ОБРАЗОВАНИЯ, ПРАКТИКИ**

**MANAGEMENT AND MARKETING
IN THE MODERN ECONOMY,
SCIENCE, EDUCATION AND PRACTICE**

26 – 27 березня 2015 року

Харків

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ФАРМАЦЕВТИЧНОГО МАРКЕТИНГУ
ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**



**МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ У СКЛАДІ СУЧАСНОЇ
ЕКОНОМІКИ, НАУКИ, ОСВІТИ, ПРАКТИКИ**

**МАТЕРІАЛИ
ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ INTERNET-
КОНФЕРЕНЦІЇ**

26 – 27 березня 2015 року

Видавництво НФаУ
Харків 2015

Редакційна колегія:

проф. Малий В.В. (голова), проф. Слободянюк М.М., доц. Дорохова Л. П.,
доц. Рогуля О.Ю., доц. Тіманюк І.В., доц. Ольховська А.Б.

Відповідальний секретар: проф. Слободянюк М.М.

Укладач: Алекперова Н.Ф.

(конференція зареєстрована в УкрІНТІ від від **09.07. 2014 р. № 496**)

Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : Матеріали III міжнародної науково-практичної Internet-конференції (м. Харків, 26 - 27 березня 2015 р.) / редкол. : В. В. Малий та ін. – Х. : НФаУ, 2015. – 411 с.

Збірник містить матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції науковців та практиків, що здійснюють діяльність в цілому в сфері менеджменту й маркетингу та в галузі фармації з різних країн світу.

Розглянуто сучасні досягнення та використання менеджменту й маркетингу у сучасній економіці; форм та методів викладання дисциплін організаційно-економічного й управлінського спрямування на основі теорії менеджменту та маркетингу, практичні аспекти управління виробництвом, контролем якості, реалізацією та споживанням лікарських засобів, підвищення якості фармацевтичної допомоги, управління раціональним використанням лікарських засобів та відповідальним самолікуванням.

Для широкого кола наукових, науково-педагогічних і практичних працівників, що займаються питаннями менеджменту й маркетингу та лікознавством.

Матеріали подаються мовою оригіналу.

За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори.

**СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ
ПІДПРИЄМСТВ: ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У
МАЙБУТНІХ СПЕЦІАЛІСТІВ**

Рижов О. А., Білоус М. В.

Запорізький державний медичний університет, Україна

maryvictory@ukr.net

В сучасному стані фармацевтичної галузі вкрай необхідні спеціалісти, які здатні працювати за різноманітними напрямками практичної фармації. Тому вони потребують отримання спеціальних знань та навичок, які присвячені вивченню питань комп'ютеризації та новітніх технологій у роботі фармацевтичних підприємств, які з'являються під впливом наукових розробок. В даний час використання інформаційних технологій (ІТ) є необхідною вимогою на вітчизняних фармацевтичних підприємствах, що зумовлює зростання зацікавленості до їх вивчення та надання переваг фахівцям фармації, які досконало володіють цими навичками. Сучасні тенденції збільшення комерційного сегменту в аптечному бізнесі, посилення конкуренції, зростання кількості аптечних мереж призводить до того, що нормальне функціонування і розвиток аптеки вже не ефективно без використання такого інструменту, як ІТ. Саме їх впровадження сприяє забезпеченню високої оперативності та економічності роботи і, що особливо важливо, підвищення прибутку, що дозволяє аптекам виживати в умовах постійної конкуренції. Крім того, досить велика частина інформації в даний час з'являється в електронному вигляді, що в сьогоденних умовах розвитку комунікацій забезпечує їй більш високу мобільність, доступність і масовість.

Згідно наказу МОЗУ № 291 від 19.09.1996 р. «Про затвердження Положення про спеціалізацію (інтернатуру) випускників вищих медичних і фармацевтичних закладів освіти III-IV рівня акредитації медичних факультетів університетів» профільні кафедри вищого закладу освіти розробляють навчаль-

ні посібники для лікарів (провізорів) - інтернів і керівників інтернів на базах стажування.

Тому виникла необхідність в розробці навчального посібника «Комп'ютеризація та новітні технології в роботі фармацевтичного підприємства», який відіграє важливу роль у підвищенні рівня підготовки провізорів-інтернів на базі стажування. Запропонований навчальний посібник рекомендується для провізорів-інтернів та керівників баз стажування провізорів-інтернів. Дана розробка поєднує досягнення інформаційних технологій та їх новітніх напрямків в фармації. Навчальний посібник також може бути цікавим спеціалістам практичної фармації та майбутнім спеціалістам фармації – студентам-практикантам фармацевтичних факультетів вузів, магістрантам.

У навчальному посібнику викладено особливості функціонування, призначення та архітектури сучасних автоматизованих систем управління фармацевтичних підприємств. Надано ретроспективний аналіз впровадження інформаційних технологій в аптечну мережу, сучасні тенденції розвитку бізнес відносин та комунікацій у інформаційному суспільстві, концепція інформатизації та етапи комп'ютеризації аптечного закладу. Також викладено відомості щодо планування ресурсів підприємства (ERP), системи управління ланцюгами поставок (SCM), системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) та додатковий матеріал щодо комп'ютерних інформаційних технологій в бухгалтерському обліку.

Розроблений навчальний посібник дає змогу провізорам-інтернам при проходженні первинної спеціалізації – інтернатури отримати знання та навички, які в подальшому необхідні їм для здійснення професійної діяльності. Це забезпечить формування професійної компетенції у майбутнього спеціаліста щодо комп'ютеризації та новітніх технологій у роботі фармацевтичних підприємств.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ HR-БРЕНДУ СУБ'ЄКТАМИ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ Ольховська А.Б., Лукашова М.М.	207
ВПЛИВ РЕКЛАМИ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ НА САМОЛІКУВАННЯ НАСЕЛЕННЯ Ольховська А.Б., Василенко К.В., Приходько Т.О.	209
АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ АНТИГІПЕРТЕНЗИВНИХ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ, ЩО ПРЕДСТАВЛЕНІ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ РИНКАХ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ Полуйчак Н.Ю., Демчук М.Б., Грошовий Т.А.	212
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН Н.В. Чмыхало (Украина), Сафаров Шахбаз	215
ОЦЕНКА УРОВНЯ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБ ОСНОВНЫХ ПРИНЦИПАХ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ Пивень Е.П., Ткаченко К.Е., Ткаченко И.В.	218
МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ГОСТРИХ ФОРМ ФАРИНГІТУ ВІРУСНОЇ ЕТІОЛОГІЇ У ДОРΟΣЛИХ Машейко А.М., Макаренко О.В.	222
ПАТЕНТНА ОЦІНКА ЦИТРАМОНОПОДІБНИХ ПРЕПАРАТІВ Кучмістова О.Ф.	225
АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ РАЦІОНАЛЬНИМ ВИКОРИСТАННЯМ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ У ЛІКУВАЛЬНО-ПРОФІЛАКТИЧНИХ ЗАКЛАДАХ Толочко В.М., Музика Т.Ф.	228
ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ФАРМАКОТЕРАПІЇ ХРОНІЧНОГО БОЛЬОВОГО СИНДРОМУ У ПАЛІАТИВНИХ ХВОРИХ С.Є. Прокіп, Б.П. Громовик	230
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У МАЙБУТНІХ СПЕЦІАЛІСТІВ Рижов О. А., Білоус М. В.	233
ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С КЛЮЧЕВЫМИ КЛИЕНТАМИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ФИРМЫ Роголя О.Ю., Хобта М.В.	235
РОЛЬ МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ РИНКУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ Ревенко Ж.А., Навчук І.В., Грицюк М.І.	237