

# СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Гайратжан Аида

Научный руководитель: доц. Сатаева Л.Г.

Казахский Национальный Медицинский университет им.С.Д.Асфендиярова

Кафедра «Менеджмент и маркетинг в здравоохранении и фармации»

**Введение:** Одним из видов маркетинговой стратегии в современном здравоохранении должна стать стратегия социально-этического маркетинга, которая предполагает ведение лечебно-профилактической деятельности, продажи товаров и услуг для отдельных специальных групп населения (пенсионеров, ветеранов войны и труда, блокадников, одиноких, малообеспеченных, многодетных, лиц с социально значимыми заболеваниями и др.).

**Цель** – проанализировать роль использования современного комплекса маркетинга в фармации в Казахстане.

**Методы исследования** – контент-анализ

**Результаты.** Маркетинговые услуги позволяют реализовать товар (услугу) в тех случаях, когда определена потребность населения, когда услуга имеет преимущественное качество и удовлетворяющую обе стороны цену. Маркетинг может позволять реализовать услугу (товар) посредством обмена. В связи с вышеизложенным маркетинг – это деятельность по производству и реализации товара (услуг), направленная на удовлетворение спроса и потребностей, с учетом качества и стоимости.

Одним из главных правил маркетинговой деятельности является многоканальность сбыта и реализации товара (услуг). Наличие многих групп потребителей разного пола, возраста, социального положения, заинтересованных в данном виде услуг, может поддерживаться на основе постоянного психологического воздействия на потребителя (реклама).

При маркетинге в фармации должны учитывать: возможности потребителя (количество, концентрация, платежеспособность, структура заболеваемости); возможности лечебного учреждения (оснащенность, состояние кадров, лицензирование услуг, уровень и доступность лекарств, их новизна, практический и медицинский эффект и др.); конкуренцию, профессиональный уровень специалистов и их авторитет в других учреждениях).

Стратегия маркетинга (поведение на медицинском рынке) подразделяется на стратегии в отношении продукта (услуги) и стратегии в отношении рынка. Направлениями стратегии маркетинга для медицинских учреждений могут быть следующие: 1) Надежность изделия, качество лекарственных средств. 2) Престижность фирмы и закрепление ее в качестве лидера по производству и продаже лекарственных средств. 3) Наличие новизны, повышающей узнаваемость продукта, улучшающей возможность использования и эстетическое восприятие, усиливающей эффективность и др.

**Вывод**

Все это активно используется на современном лекарственном рынке Казахстана.

# ФЛОРИСТИЧНИЙ СКЛАД ТА ЕКОЛОГО-БОТАНІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕРЕВНО-ЧАГАРНИКОВИХ РОСЛИН ПАРКУ ІМ. 50-РІЧЧЯ РАДЯНСЬКОЇ УКРАЇНИ

Грінчук О.С.

Науковий керівник: доц. Ємець Т.І.

Запорізький державний медичний університет

Кафедра медичної біології, паразитології та генетики

Велике і різноманітне значення мають зелені насадження у містобудуванні. Значну роль мають зелені насадження в архітектурі міста. Вони є прекрасним засобом збагачення, а нерідко і формування ландшафту міста і займають чільне місце в рішенні архітектури парків і садів.

Тому, дослідження флористичного складу, ландшафтно-просторової організації, історії парків мають неабияке значення з наукової точки зору.

**Актуальність** роботи полягає у необхідності проведення заходів оздоровлення та догляду за зеленими насадженнями на території парків. Так як з часу їх створення, як правило четверта частина зелених насаджень потребує заміни. При цьому важливо комплексно підійти до проблеми просторової організації території

**Мета роботи:** Дослідити видовий склад дерев та чагарників парку ім. 50-річчя Радянської України.

На початку дослідження ми поставили перед собою наступні **завдання**:

1. Узагальнити уявлення про флору та дендрофлору.
2. Визначити флористичний склад декоративних дерев та чагарників, дати еколого-ботанічну характеристику визначеним видам.

**Методи:**

1. У роботі ми використовували маршрутний метод для обліку та визначення декоративних дерев та кущів;
2. Під час обліку ми також використовували метод картування;
3. Визначення назви рослин відбувалося за допомогою визначника (определитель высших растений Украины Доброчаев. Д.Н.; Котов. М.И.);
4. Під час еколого-ботанічної характеристики визначався екологічний стан, насадження (1-5 штук, 6 – 30 штук, 30 – більше);
5. При обробці даних використовувались математичні і статистичні розрахунки.

Об'єктом дослідження виступив парк ім. 50-річчя Радянської України. Цікавих з наукової точки зору. Розташований у Жовтневому районі м.Кривого Рогу на розі вул. Вагута та ХХ партз'їзду. Площа парку складає 428 000 м<sup>2</sup>. Закладений у 50-х роках ХХ століття. Має розвинену тротуарну мережу, оточений окремим чавунним парканом, має центральну площу з фонтаном, меморіальний комплекс, збудований на честь воїнів Великої вітчизняної війни. На території парку розміщено картодром, тенісний корт, футбольний стадіон ПАТ ЕВРАЗ – Суха балка, палац спорту ПАТ ЦГЗК «Молодість». Орієнтовна кількість відвідувачів - 5000. Парк має районне значення.

Інвентаризація наявних декоративних дерев і чагарників проводилася маршрутним методом обліку. Визначався їх флористичний та кількісний склад.

Для зручності дослідження ми умовно розділили парк на VII секторів, у яких проводили дослідження.

Камеральна обробка отриманих даних включала визначення повної української і латинської назви виду, життєвої форми та проведення еколого-ботанічної характеристики визначених видів.

У результаті проведених досліджень ми дійшли наступних висновків:

1. Парки відіграють значну роль у формуванні навколишнього середовища людини, тому що мають властивості поліпшувати санітарно-гігієнічну обстановку.
2. Нами визначено 42 види, із 29 родів, 26 родини декоративні рослини, використані в озелененні парку.
3. Встановлено, що основна частина дерев та чагарників є не вибагливими до родючості ґрунту, що в свою чергу впливає на ріст і розвиток рослин та на їх декоративні якості.
4. По відношенню до світла та зволоженості рослини є досить непримхливими.

## DISTRIBUTION OF DUCHENE MUSCULAR DYSTROPHY IN INDIA

Dantuluri Srinivasaraju

Supervisor: as. prof. Popovitch a.p.

Zaporozhye state medical university

Department of medical biology, parasitology and genetics

**Introduction:** Duchene Muscular Dystrophy is a hereditary muscular disorder, characterised by the gradual weakening and loss of muscle cells. In boys it results in a risk of various life threatening complications.

**Goal:** To create more awareness on Duchene Muscular Dystrophy and its distribution in India.

**Method – literature:** Having done numerous researches using Wikipedia and many other sources.

**Results:** Duchenne Muscular Dystrophy is a very serious condition. Most affected boys develop the first signs of difficulty in walking at the age of 1 to 3 years and are usually unable to run or jump like their peers, they often struggle to climb stairs and need to use a banister for support. Rising from the floor can also prove difficult.

Of all the muscular dystrophies occurring Duchene's is most widely spread in India. Based on all the statistics most of this disease occurs in the eastern states due to illiteracy and due marriages without genetic tests - every 1 in 3500 boys. Around 43% of this disorder is concentrated in the eastern states and other central states accounting for about 26% of the major cases.

**Conclusion:** The occurrence of the disease in India is associated with superstitious believes, sociological features and ignorance of genetics. Muscular dystrophy is due to a single abnormal gene which doesn't code for dystrophin- a muscle protein. It affects boys, and those who are affected have severe abnormalities.