



**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я
ЗАПОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ МЕДИКО-ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

**КООРДИНАЦІЙНА РАДА З НАУКОВОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ, АСПІРАНТІВ,
ДОКТОРАНТІВ І МОЛОДИХ ВЧЕНИХ
СТУДЕНТСЬКА РАДА**

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

**84 ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ З
МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ**

**«АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ
СУЧАСНОЇ МЕДИЦИНИ ТА ФАРМАЦІЇ - 2024»**

23-24 травня 2024 року



ЗАПОРІЖЖЯ – 2024

Висновки. За результатами дослідження кількісного вмісту ліпофільних пігментів у листі *Hedera helix L.* переважає хлорофіл α . Кількісний вміст ліпофільних пігментів у листі плюща звичайного переважає у ювенальній фазі росту.

ВИВЧЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ДО АПТЕЧНИХ ЗАКЛАДІВ (РЕГІОНАЛЬНИЙ РІВЕНЬ)

Чілчян М.В.

Науковий керівник: к.фарм.н.,доц. Зарічна Т.П.

Кафедра управління та економіки фармації

Запорізький державний медико-фармацевтичний університет

Одним з маркетингових інструментів в діяльності аптек є цінкові і нецінові програми лояльності, які дозволяють побудувати довгострокові партнерські відносини між аптекою та споживачем, сприяють підвищенню якості фармацевтичної допомоги, надають можливість аптекній організації підтримувати свою конкурентоспроможність.

Мета дослідження: вивчення лояльності споживачів до аптек на регіональному фармацевтичному ринку.

Об'єктом дослідження стала система впровадження програм лояльності в аптеках та фактори, які впливають на формування лояльності споживачів до аптек.

Методи дослідження: порівняння, вимірювання, аналізу, синтезу, аналітичний, графічний, анкетування, економіко-математичний.

Дослідження факторів, що впливають на формування лояльності споживачів до аптечного закладу, показало, що найбільш важливими для останніх є широкий асортимент ($W_{ij}=1,00$) та приємні ціни ($W_{ij}=0,96$).

Досліджено цінкові програми лояльності, які використовуються різними аптечними мережами. Встановили, що вони представлені дисконтними, бонусними, дисконтно-бонусними картками, дисконтними картками від виробника, спеціальними акціями та програмами.

Проведений аналіз нецінових програм лояльності показав, що у рамках останніх передбачено подарунки від виробника, безкоштовна доставка ліків, безкоштовне вимірювання артеріального тиску, консультація лікарів різних профілів, замовлення ліків по телефону або на інтернет-сайті. Встановлено, що нецінові програми лояльності недостатньо використовуються в аптечних закладах.

Досліджено державні та приватні соціальні програми, які доповнюють одна одну.

Висновок: проведено дослідження щодо лояльності споживачів до аптек на регіональному фармацевтичному ринку. Результати даного дослідження можуть бути використані аптечними закладами в практичній діяльності.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ, ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ ПРИ ЗАХВОРЮВАННЯХ ПОРОЖНИНИ НОСА

Юзвак І.М.

Науковий керівник: к.фарм.н.,доц. Зарічна Т.П.

Кафедра управління та економіки фармації

Запорізький державний медико-фармацевтичний університет

Захворювання носової порожнини, що можуть бути спричинені вірусами, бактеріями та алергенами, значно погіршують якість життя людини, негативно впливають на робочу продуктивність та сприяють розвитку інших ускладнень (пневмонія, алергічні реакції, тощо). У зв'язку з вищесказаним, актуальним є оптимізація лікарського забезпечення населення, хворого на зазначену патологію.