

**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.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПОГЛЯД СТУДЕНТСТВА

Ткаченко Н.О., Червоненко Н.М.

Запорізький державний медичний університет, м. Запоріжжя, Україна

tkachenkonat@bk.ru

Термін «соціальна відповідальність» (СВ) досить багатогранний. Сутність СВ суб'єктами фармації сьогодні трактується по-різному і це є проблемою.

Метою роботи стало виявлення рівня розуміння сутності та повноти визначення поняття «СВ» майбутніми спеціалістами фармації – студентами випускних курсів.

Об'єктом дослідження були обрані студенти заочної форма навчання. Наявність практичного досвіду та віковий показник обумовив вибір респондентів. Студентам було запропоновано анкету з комбінованими запитаннями. На першому етапі дослідження опитування проводили серед студентів 6 курсу з терміном навчання 5,5 років. Вивчаючи попередній освітній рівень респондентів, з'ясовано, що 58,3% студентів мають повну загальну середню освіту, 31,7% – після медичного училища. Студенти, які вже мали іншу вищу освіту – 10% (серед них – біологи, інженери, будівельники, філологи).

За результатами анкетування абсолютна більшість студентів (88,3%) вказали, що термін «СВ» їм добре знайомий. Мали труднощі при відповіді 8,4% опитаних, а 3,3% студентів вказали, що не знайомі з поняттям «СВ».

Для уточнення, що саме студенти вкладають у поняття «СВ» та повноту його змісту, нами було запропоновано 26 варіантів відповідей. Перелік факторів внутрішнього і зовнішнього спрямуванні соціально відповідальної поведінки сформовано за допомогою контент-аналізу наукової літератури. Для зручності обробки результатів, відповіді респондентів умовно поділили на групи. Група А визначалась показниками обирання студентами фактору від 100% до 60%; група В – від 59% до 40%; група С – 39%-30%; група D – 29%-18; група Е – нижче 18%.

Аналіз відповідей у групі А показав, що студентами обрані лише два направлення СВ: надання додаткових пільг для «соціальних категорій» населення

та виробництво (продаж) якісної продукції або надання якісних послуг. До *групи В* увійшло 5 варіантів відповідей, що визначають СВ як: підтримка молодого спеціаліста та бажання співпрацювати з молодими фахівцями; участь у загальнодержавних соціальних програмах; медичне страхування співробітників; повне виконання вимог чинного законодавства, що регулює діяльність фармацевтичних організацій; підвищення умов кар'єрного зростання і самореалізації співробітників. У *групі С* 38,3% опитаних вказали, що СВ, на їхню думку, це: повна сплата податків, створення нових робочих місць, дотримання норм робочого часу та відсутність понаднормової праці. 36,7% розуміють СВ як захист навколишнього середовища та розвиток місцевих спільнот, громад і взаємодія з ними. 31,7% респондентів визначили СВ як: благодійність і спонсорство, дотримання норм тривалості відпустки, надання матеріальної та моральної допомоги співробітникам. 30% опитаних підкреслили значимість «виплата офіційної заробітної плати». *Група D* визначилась варіантами відповідей студентів, які розуміють СВ як: виплата обґрунтованої заробітної плати; виконання в повному обсязі ділових (партнерських) зобов'язань та співпраця з професійними навчальними закладами; підвищення умов кар'єрного зростання і самореалізації співробітників; залучення співробітників до управління фармацевтичною організацією (стимулювання ініціативності співробітників). До *групи E* увійшли варіанти відповідей з показником нижче 18%: взаємодія з місцевою владою та впровадження інноваційних технологій у виробничий процес.

Проведені дослідження виявили, що основна більшість майбутніх спеціалістів знайома з поняттям СВ. Але повнота його визначення досить різниться. Така істотна роз'єднаність у вихідних дефініціях поняття СВ обумовлює різноманітність практик втілення і потребує розробки єдиного підходу у викладанні.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА ФАРМАЦІЇ	3
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ОПТИМІЗАЦІЇ ПІДГОТОВКИ СПЕЦІАЛІСТІВ З МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ФАРМАЦІЇ Малий В.В., Слободянюк М.М., Рогуля О.Ю, Ольховська А.Б., Дорохова Л.П	3
НАПРЯМИ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я Оганезова А.В.	6
К ВОПРОСУ О ФАКТОРАХ РИСКА ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ Парфенова И.И., Кабачная А.В., Оганезова А.В., Рогова Е.Г., Драганова Е.Н.	9
ДЕЯКИ АСПЕКТИ СУЧАСНОГО МЕДИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ Нартов П.В., Якущенко В.А., Бурян К.О.	12
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ОХОРОНОЮ ЗДОРОВ'Я Ясинська Е.Ц., Вацик М.З.	14
АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ТА НАЦІОНАЛЬНИХ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ РИНКІВ ЗА УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ О. А. Немченко, А. В. Беліченко	17
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ПОГЛЯД СТУДЕНТСТВА Ткаченко Н.О., Червоненко Н.М.	20
FORMATION RANGE OF PHARMACEUTICAL DRUGS WITH THE REQUIREMENTS OF GPP Al-juhaishi Abdullah Bakr	22
STUDYING THE BEHAVIOR OF CONSUMERS IN THE MARKET OF DRUGS FOR TREATMENT CHRONIC VENOUS DISEASE Daawas Ali Nojoh , S.V. Zhadko	24
ANALYSIS OF PROPOSALS AT THE MARKET OF WEIGHT LOSS DRUGS Allaaedi Mohamed Rahi, S.V. Zhadko	26
ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕПАРТАМЕНТА ЗАКУПОК ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОПТОВОГО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ СУДАНА Осама Абузаид Мохамед Нур Ахмед	29
ENVIRONMENTAL ANALYSIS AS A SOURCE OF NEW OPPORTUNITIES AND STRATEGIES IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY Al-Majmaie Firas Abbas, S.V. Zhadko	31
RESEARCH OF THE ACTIVITY OF THE PHARMACEUTICAL COMPANY	