

**МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ**

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

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

**28 – 29 березня 2013 року
м. Харків**

Видавництво НФаУ
Харків 2013

УДК 615.1/339.188

Редакційна колегія: проф. Мнушко З.М. (голова), проф. Слободянюк М.М., доц. Євтушенко О.М., доц. Тіманюк І.В., доц. Софронова І.В., доц. Алекперова Н.В.

Укладачі: Вальдовський А.О., Алекперова Н.Ф.

Відповідальний секретар: проф. Слободянюк М.М.

Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики: Матеріали міжнародної науково-практичної Internet- конференції (м. Харків, 28 –29 березня 2013 р.) / редкол. : З.М. Мнушко та ін. – Харків.: Вид-во НФаУ, 2013. – 405 с.

Збірник містить матеріали міжнародної науково-практичної конференції науковців та практиків, що здійснюють діяльність в цілому в сфері менеджменту й маркетингу та в галузі фармації.

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.

УДК 615.1/ 339.188

АЛГОРИТМ РОЗРОБКИ АНКЕТИ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ ПОХИЛОГО ВІКУ

Молодожонова О.О., Бушуєва І.В.
Запорізький державний медичний університет
pogorelovaolga@bigmir.net

Анкетування, на нашу думку, є одним із найбільш гнучких механізмів для виявлення тих чи інших закономірностей у поведінці споживачів, що є умовою не тільки маркетингового аналізу, а й проектування складних систем, у тому числі інформаційних. Саме тому нами було розроблено анкету для дослідження людей похилого віку для виявлення їх потреб та наступного проектування інформаційної системи. Процесу передувало формулювання гіпотези, а безпосередньо розробка включала в себе такі етапи як розробка пошукових питань, визначення способу анкетування, розробка алгоритму подальшої обробки даних.

Розроблена анкета, традиційно, складалася з кількох блоків: 1) преамбула «Шановний споживач! На кафедрі управління та економіки фармації проводиться дослідження комплексу фармацевтичного підприємства, у зв'язку з чим просимо Вас прийняти участь в анкетуванні! Заздалегідь вдячні за Вашу допомогу!»; 2) основна частина: «Блок 1. Відбірковий», який включає питання відносно віку респондентів, статі та придбаних лікарських засобів, «Блок 2. Виявлення змісту необхідної інформації людьми похилого віку», що включає в себе питання, які допомагають зрозуміти спосіб сприйняття інформації людьми похилого віку та «Блок 3. Виявлення шляхів сприйняття інформації людьми похилого віку», спрямований на з'ясування оптимального засобу комунікації.

При розробці пошукових питань особливу увагу ми приділили змісту запитань та послідовності їх розміщення у анкеті. Намагаючись використовувати як відкриті так і закриті запитання нами було встановлене оптимальне їх співвідношення задля комфортного самопочуття та відкритості респондентів; 3) заключна частина.

Таким чином, нами було розроблено анкету для опитування людей похилого віку та проведено дослідження, результатом якого стало проектування інформаційного комплексу.

МІСЦЕ АМІЗОНУ В ЛІКУВАННІ ТА ПРОФІЛАКТИЦІ ВІРУСНИХ ІНФЕКЦІЙ ТА РЕЗУЛЬТАТ АНАЛІЗУ ЙОГО ОПТОВОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ Федяк І.О., Іванюлик І.І.....	213
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВАННЯ ГІПОЛІПІДЕМІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ Райкова Т.С., Масюта Ю.А., Пругло Є.С., Кутова Д.В.....	215
МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ПРОТИТУБЕРКУЛЬОЗНИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ Прилипко Н.А.....	218
МАРКЕТИНГОВЕ ОБГРУНТУВАННЯ ВИРОБНИЦТВА ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ НООТРОПНОЇ ДІЇ ІЗ ШОЛОМНИЦІ БАЙКАЛЬСЬКОЇ Півень О.П., Сліпченко Г.Д.....	220
ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧИХ ПЕРЕВАГ РИНКУ ГІПОТЕНЗИВНИХ ЗАСОБІВА ГРУПИ ІНГІБІТОРІВ АНГІОТЕНЗИНПЕРЕТВОРЮЮЧОГО ФЕРМЕНТУ Півень О.П., Ціхонь Г.М.....	222
АЛГОРИТМ РОЗРОБКИ АНКЕТИ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ ПОХИЛОГО ВІКУ Молодогонова О.О., Бушуєва І.В.....	225
ПОЗИЦОНУВАННЯ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ ОТОРИНОЛАРИНГОЛОГІЧНИХ ЗАХВОРЮВАНЬ Романчук М.І., Корнієнко О.М.....	226
АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ ПРОТИ ДЕМОДЕКОЗНОЇ ІНВАЗІЇ Кузнецов О.А., Ткаченко Н.О.....	229
ДОСЛІДЖЕННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЛІКУВАННЯ АКНЕ Кроль Я.Ю., Ткаченко Н.О.....	231
ВИВЧЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ СТОМАТОЛОГІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ Кобець М. М., Крапивна Ю. О.....	233
МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ НОВОГО КЛАСУ ПРОТИПУХЛИННИХ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ	