

направляти у ВООЗ повідомлення про інциденти з медичною продукцією, що можливо підпадає під категорію НППФК в систематизованому та впорядкованому вигляді. Ці повідомлення дають ВООЗ можливість приймати оперативні заходи по екстреному реагуванню і в самих серйозних випадках публікувати попередження.

Крім цього, ця інформація використовується для ретельного аналізу таких аспектів, як:

- Види медичної продукції, що найбільше схильні до ризику фальсифікації;
- Вразливі місця і недоліки систем охорони здоров'я;
- Збиток для здоров'я населення;
- Потреби у інвестиціях, укріпленні кадрового потенціалу та посилення засобів регулювання.

Все це в свою чергу сприяє формуванню державної політики, заснованої на фактичних даних.

#### **Список літератури:**

1. Інформаційний бюлетень ВООЗ/WHO Drug Information Vol. 30, No. 4, 2016.
2. Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності». Режим доступу. <http://www.apteka.ua/article/396930>.
3. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs275/en/>.

УДК 658.012

### **ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ**

*Деренська Я.М.*

**Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна**

**Вступ.** Проекти, пов'язані з розробкою і виробництвом лікарських засобів, потребують у процесі свого управління використання специфічних моделей організації значної кількості виконуваних робіт. Як правило, всі підходи до формування системи управління проектами групують останні у логічній послідовності виконання на засадах процесної або класичної моделі.

**Метою дослідження** є виявлення особливостей та складових моделей організації корпоративних систем управління проектами.

**Методи дослідження:** аналіз існуючих підходів до організації управління проектами.

**Основні результати.** Створення і впровадження проектів, як правило, є багатостадійним. Класична методологія (водоспадна, або каскадна модель) організації проектного менеджменту передбачає послідовне виконання таких фаз: запуск; дослідження; концепція технічного завдання; ескізний проект; досвідний варіант; технічний проект; робочий проект; введення у дію [1]. Перевагою такого підходу є чітка послідовність дій, недоліком – зростання

строків виконання проектів. Використання процесного підходу виділяє: розробку (підготовка до реалізації, аналіз вимог до системи, детальне проектування); управління (планування, виконання, контроль, аналіз); замовлення (підготовка контракту, контроль постачальника, завершення роботи) [2]. До переваг цієї моделі належить ітеративність, паралельність процесів, до недоліків – складність реалізації і координування процесів.

**Висновки.** Як показали проведені дослідження, найбільш доцільною моделлю організації корпоративної системи управління проектами на початковому етапі її створення є водоспадна модель. Проте, з розвитком проектної діяльності, розширенням сфер інтегрованої системи менеджменту підприємства більш ефективною стає процесна модель, оскільки є більш гнучкою і динамічною, ніж водоспадна.

#### **Список літератури**

1. Аналіз методологій управління проектами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infostart.ru/public/296315/>.
2. ТОП-4 методології управління проектами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pmservices.ru/project-management-news/top-4-metodologii-upravleniya-proektami/>.

УДК 615.356:339.13.017

## **ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ВІТАМІННИХ ПРЕПАРАТІВ**

*Дорохова Л.П.*

**Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна**

**Вступ.** Вітамінні препарати відіграють велику роль для підтримки та зміцнення здоров'я людини, мають важливе значення для профілактики захворювань при незбалансованому харчуванні, при підвищеній потребі у вітамінах вагітним, тим, хто годує, літнім людям, для лікування захворювань, зокрема, спричинених вітамінодефіцитними станами, для додаткового прийому при антибіотикотерапії тощо.

Вітамінні препарати посідають значне місце в асортименті аптеки. Значна кількість препаратів цієї групи є безрецептурними, а тому аптечні фахівці мають неабиякий вплив на процес прийняття рішення відвідувачем аптеки щодо купівлі того чи іншого вітамінного препарату. Що є істотним фактором збільшення продажів та прибутку аптеки. Проведення маркетингових досліджень фармацевтичного ринку забезпечує прийняття ефективних управлінських маркетингових рішень [1, 4].

**Мета дослідження.** Вивчення ринку вітамінних препаратів, маркетинговий аналіз асортименту та розробка пропозицій щодо збільшення продажу вітамінних препаратів в аптеці.

**Методи дослідження.** Маркетингове дослідження проведено з використанням порівняльного, графічного методів, застосовано кабінетні та польові методи маркетингових досліджень, опитування, спостереження, методи