

їх структури та змісту. У сформованих умовах не спрацьовує старий адміністративний досвід, накопичений керівниками та спеціалістами системи освіти. У систему освіти проникають менеджмент і маркетинг, і сьогодні освітня установа розуміється вже як соціально значуща відкрита система, що розвивається за законами ринкової економіки.

Використана література:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. М. : Прогресс, 1990. 733 с.
2. Котлер Ф., Карен Ф.А. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів Київ : УАМ, Хімджест, 2011. 580 с.
3. Черних О. Застосування таксономії Блума при формуванні у слухачів навиків мислення високого рівня. *Військова освіта*. 2013. № 2. С. 189–195.
4. Bloom B. S. Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals : Handbook I, cognitive domain. New York : Longman.,1994. 112 p.

**Актуальність впровадження процесного підходу в діяльність
фармацевтичних компаній**

*Коваленко П. В., Струк Я. І., здобувачі вищої освіти
спеціальності «Менеджмент»*

Національного фармацевтичного університету

*Шуть О. Ю. к.ф.н., викладач кафедри менеджменту та публічного
адміністрування Національного фармацевтичного університету
ya.struk96@gmail.com*

Економічна ситуація в країні сьогодні дуже швидко змінюється. Саме тому надзвичайно важливою умовою існування та успішної діяльності підприємства є його здатність швидко адаптуватись до змін навколишнього бізнес-середовища. Своєчасне впровадження адекватних заходів сприяє тому, щоб подальше функціонування підприємства щодо здійснення його діяльності й отримання прибутку було результативним. Отже головним завданням фармацевтичних компаній за сучасних умов мінливого бізнес-середовища стає впровадження адекватних заходів в організації і веденні підприємницької діяльності.

Необхідність впровадження процесних моделей управління в діяльність компаній фармацевтичної галузі обумовлена поступовим переходом вітчизняних підприємств до стандартів менеджменту якості, галузевих стандартів (належних практик) в основу яких закладено використання процесного підходу. Саме зміна умов функціонування і поведінки підприємств зумовила пошук нових методів управління та принципів структурної організації бізнесу. Відправною ланкою становлення процесного управління послугувала концептуальна праця М. Хамера і Дж. Чампі «Реінжиніринг корпорації. Маніфест революції», яка заклала фундамент нової парадигми управління компанії управління, спрямованого на ефективне досягнення створення доданої цінності для клієнтів підприємства

шляхом кардинальної зміни структурної побудови моделювання бізнес-процесів [1].

Узагальнюючи результати аналізу літературних джерел, можемо визначити, що процесний підхід – це методологія управління підприємством, яка базується на принципах реалізації його стратегічної ідеї через побудову та оптимізацію бізнес-процесів, які відображають сутнісне наповнення бізнесу та сфокусовані на створення доданої цінності як для зовнішніх, так і для внутрішніх клієнтів.

Нова логіка бізнесу змінює акценти і концентрує зусилля менеджменту на реалізації стратегічних завдань через упровадження принципів та механізму процесного управління. Отже, метою управління компанією, як системою взаємопов'язаних процесів, є максимально можливе задоволення вимог зовнішніх і внутрішніх споживачів найбільш ефективним шляхом, тобто з найменшими витратами.

Використана література:

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реінжиниринг корпорації. Манифест революції в бізнесі. Москва : Манн, Иванов и Фербер. 2011. 288 с.
2. Траченко Л. А. Процесний підхід у системах управління якістю підприємств у сфері послуг. *Проблеми економіки*. 2018. № 2 (36). С. 251–257.