

# **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ТА ФАРМАЦІЇ**

## **ПИТАННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ І МАРКЕТИНГУ У РОЗРОБЦІ НАВЧАЛЬНИХ ПРОГРАМ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ФАРМАЦІЇ**

Малий В.В., Пестун І.В., Ольховська А.Б., Рогуля О.Ю.,

Дорохова Л.П., Слободянюк М.М.

Національний фармацевтичний університет, Україна

[fmf.nuph.edu.ua](mailto:fmf.nuph.edu.ua)

Сучасні можливості глобального інформаційного простору і швидкі зміни на фармацевтичному ринку зумовлюють комплексне розглядання питань стосовно професійної фармацевтичної освіти, які є схожими в багатьох країнах. Серед питань, які повинні розглядатися і бути враховані фахівці називають: збільшення вимог до спрямування і якості освіти; планування і облік кадрів у балансі попиту та пропозиції їх на ринку; формування зв'язків університетів з роботодавцями; створення механізмів, які будуть стимулювати роботодавців і робітників проводити постійне професійне навчання.

Згідно даних Global Pharmacy Workforce Report (дослідження проводились в 90 країнах світу) 55% всіх спеціалістів з фармацевтичною освітою працюють в роздрібних аптеках, 18% – в госпітальних, 10% – в промисловості, 5% – в академічній сфері, 5% – в регуляторній. Тому, Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) робить акцент на необхідності суттєво змінювати оволодіння глибокими фаховими знаннями з фармації, на вдосконалення особистісних якостей, які поряд з набутими професійними вміннями та навичками дозволять фахівцеві зайняти належне місце серед працівників системи охорони здоров'я.

Міжнародною фармацевтичною федерацією (International Pharmaceutical Federation - FIP) у 2012 році сформульована перша версія глобальної системи компетенцій на основі аналізу зібраних у всьому світі навчальних програм і консультацій з експертами. Карта компетенцій складається із 4 кластерів: фармацевтичні компетенції в системі охорони здоров'я (включно профілактику захворювань, пропаганду здорового способу життя, консультації з питань безпеки і раціонального використання ліків і виробів медичного призначення); компетенції в сфері надання фармацевтичної допомоги населенню; організаційні і управлінські компетенції; інші професійні і особистісні компетенції.

Дослідження вимог українського ринку праці фахівців фармації (на основі вимог компаній і резюме), які посідають управлінські посади в аптечній мережі, на фармацевтичних заводах і представництвах фірм (продукт менеджери, регіональні менеджери, директори з маркетингу та начальники відділів маркетингу та збуту та ін.) дозволяє також розподілити вимоги до спеціаліста на особистісні і професійні, які містять знання з менеджменту і маркетингу. Особистісні компетенції зазвичай залежать від природних якостей людини, але можуть бути розвинені за допомогою навчання. Такими якостями є: аналітичне мислення, лідерські, організаційні здібності, робота в команді, вміння йти на компроміс, комунікабельність, орієнтація на результат, стійкість до стресу.

Більшість завдань менеджерів у фармації лежать у площині менеджменту і маркетингу. Так, вимогами в галузі знань менеджменту є вміння розпочинати діяльність з нуля, відбір, навчання та мотивація персоналу, координація і контроль роботи команди, ефективна взаємодія з іншими підрозділами і командами, забезпечення взаєморозуміння, підготовка і проведення переговорів тощо.

Маркетингові навички потребують знання з виведення товару на ринок, формування продуктового портфелю, розробки цінових, збутових, ко-

мунікативних стратегій, планування маркетингової діяльності з урахуванням бюджету маркетингу, планування і корекції обсягів продажів, дослідження діяльності конкурентів. Робота з оптовими структурами потребує знань з формування і виконання збутових програм. Для керівників в аптечній мережі, окрім переліченого, важливо вміння з проведення заходів із збільшення обсягів продажів, аналізу закупівель і продажу, здійснення мерчандайзингу, проведення рекламних заходів та маркетингових акцій на місці продажу, робота з постачальниками тощо.

Для гармонізації стандарту підготовки наскрізного магістра фармації в Україні з освітніми програмами зарубіжних країн на основі проведеного аналізу нами розроблені фахові компетенції та очікувані результати навчання дисципліни «Фармацевтичний маркетинг та менеджмент» нового стандарту підготовки магістра фармації. До переліку компетенцій фармацевта (провізора) запропоновано наступні:

- здатність розробляти, впроваджувати та застосовувати підходи менеджменту у професійній діяльності аптечних, оптово-посередницьких, виробничих підприємств та інших фармацевтичних організацій відповідно до принципів Належної практики фармацевтичної освіти та Глобальної рамки FIP;
- здатність організовувати і здійснювати загальне та маркетингове управління асортиментною, товарно-інноваційною, ціновою, збутовою, та комунікативною політиками суб'єктів фармацевтичного ринку на основі результатів маркетингових досліджень та з урахуванням ринкових процесів на національному і міжнародному ринках.

У результаті навчання студенти будуть мати здатність здійснювати управління фармацевтичними організаціями та визначати його ефективність з використанням функцій менеджменту, приймати управлінські рішення на основі сформованих лідерських та комунікативних здібностей фармацевтичних кадрів щодо стратегічного планування діяльності підпри-

ємств; забезпечувати конкурентоспроможні позиції та ефективний розвиток фармацевтичних організацій на основі проведеної дослідницької роботи за усіма елементами комплексу маркетингу.

Зміна форми і змісту фармацевтичної практики, орієнтація фармацевтичної діяльності на ринкові процеси знаходить віддзеркалення в освітніх програмах. В свою чергу, практична спрямованість розвитку освітніх програм формує нові проблеми академічної сфери, розв'язання яких є пріоритетом методичної і навчальної роботи кафедри.