

ющим органам по поводу сроков проведения проверок, их процедуры, результатов и т. д.

**Выводы.** Анализ внешних коммуникаций предприятия «Государственная аптека №6» проведенный во время прохождения производственной практики по ММФ показал, что аптека активно взаимодействует с внешней средой, используя, главным образом, двусторонние коммуникации. Результатом коммуникаций является выполнение главной цели аптеки – обеспечение населения лекарственными препаратами и изделиями медицинского назначения.

#### **Литература:**

1. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 2012. – 672 с.
2. Мнушко, З. Н. Менеджмент и маркетинг в фармации. Ч. I. Менеджмент в фармации : учеб. для студентов вузов / З. Н. Мнушко, Н. М Дихтярёва. – 2-е изд. – Х. : НФ аУ : Золотые станицы, 2008. – 536 с.

**УДК 615.12:339.138:657.1:37.091.33-027.22**

### **РОЛЬ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ З МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ У ФАРМАЦІЇ У ФАХОВІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНЬОГО ПРОВІЗОРА**

*Лозовська В.В., доц. Кобець Ю.М., доц. Кобець М.М.\**

*Кафедра фармацевтичного маркетингу та менеджменту*

Професія провізора/фармацевта одна з найбільш затребуваних у світі професій, місією діяльності якого є продовження тривалості життя і поліпшення його якості [1].

Виробнича практика з менеджменту та маркетингу у фармації як важлива форма набуття кваліфікації в професійному навчанні сприяє закріпленню та поглибленню знань, отриманих під час навчання на п'ятому курсі [2,3].

Однією з баз для проходження виробничої практики з менеджменту та маркетингу у фармації є аптека ТОВ «Орбіта-1» м. Харків.

Під час проходження практики було проведено аналіз діяльності аптеки: вивчена організаційна структура управління підприємства; досліджено маркетингову діяльність підприємства; вивчена асортиментна, цінова політика підприємства; виявлено резерви підвищення ефективності функціонування аптеки [4,5].

Аптека володіє широким асортиментом товарів, надає різні форми оплати товарів для зручності своїх клієнтів.

Дана аптека спеціалізується на роздрібній торгівлі лікарськими засобами, медичними виробами, засоби догляду та гігієни, медичними приладами та інструментами, дієтичними добавками, мінеральними водами.

Висококваліфікований персонал, висока якість обслуговування, надання знижок, наявність системи контролю за рівнем товарних запасів, можливість замовлення товару та прийом заявок від населення є конкурентними перевагами аптеки ТОВ «Орбіта-1».

В діяльності аптеки використовуються інструменти маркетингу. Виробничі процеси в аптеці повністю автоматизовані і комп'ютеризовані. Є програмне забезпечення, що дозволяє здійснити повний предметно-кількісний облік товару з використанням технології штрих-кодування. Автоматизовані процеси обліку дефектури, складання заявки на товар, перевірки терміну реєстрації та статусу кожного лікарського засобу при здійсненні його приймання від постачальників.

Аптека ТОВ «Орбіта-1» привертає до себе нових покупців та утримує постійних, задовольняючи їх потреби. Аптека належним чином забезпечує населення своєчасною і якісною лікарською допомогою.

Таким чином, будучи базою проходження практики, аптека ТОВ «Орбіта-1» дає можливість студентам вивчити системи управління та організаційну структуру аптеки, зміст її роботи в цілому та окремих функціональних підрозділів; освоїти автоматизовані інформаційні системи і технології на підприємстві, в тому числі систему "1С: Підприємство", що дозволяє освоїти майбутню професійну діяльність.

#### **Література:**

1. Галій Л.В., Толочко В.М. Посадові інструкції працівників організацій з роздрібною організацією лікарських засобів: Наук.-практ. рек. – Х.: Вид-во НФаУ, 2008. – 56 с.
2. Малий В.В. Звіт з виробничої практики з менеджменту та маркетингу у фармації / В.В. Малий, І.В. Тіманюк, О.Ю. Рогуля, Л.П. Дорохова, А.Б. Ольховська; за ред. В.В. Малого. – Х. : Вид-во НФаУ, 2014 – 60 с.
3. Малий В.В. Методичні рекомендації з організації та проходження виробничої практики з менеджменту та маркетингу у фармації / В.В. Малий, І.В. Тіманюк, А.Б. Ольховська, О.Ю. Рогуля, Л.П. Дорохова. – Х.: Вид-во НФаУ, 2013. – 24 с.
4. Мнушко, З.М. Менеджмент та маркетинг у фармації.: ч. I. Менеджмент у фармації: підруч. для студ. вищ. навч. закладів / З.М. Мнушко, Н.М. Діхтярьова; за ред. З.М. Мнушко. – Х.: Вид-во НФаУ : Золоті сторінки, 2009. – 448 с.
5. Мнушко, З.М. Менеджмент та маркетинг у фармації.: ч. II. Маркетинг у фармації: підруч. для студ. вищ. навч. закладів / З.М. Мнушко, Н.М. Діхтярьова; за ред. З.М. Мнушко. – Х.: Вид-во НФаУ : Золоті сторінки, 2010. – 512 с.