

2. Павленко А. Ф., Войчак А.В., Примак Т.О. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика: Монографія. – К.: КНЕУ, 2005. – 480 с.

3. Примак Т. О. Маркетингові комунікації: Навч. посіб. – К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. – 280 с

**УДК:615.12:001.891.7:339.13.021**

**SWOT-АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ  
ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Зорина Н.И., Светочева И.И., проф.Котвицкая А.А.,*

*Кафедра социальной фармации*

Реформирование фармацевтической отрасли требует особого внимания ко всем сферам управления, которых касается отраслевая специфика деятельности. Сегодня принятие правильных решений в работе фармацевтической организации является важным аспектом и сможет помочь в достижении позитивных результатов. Необходимость провести своевременную оценку текущей ситуации в работе руководителя фармацевтической организации и разработать стратегический план предприятия поможет SWOT-анализ, что указывает на актуальность исследования.

Целью работы стало разработка SWOT-анализа для формулирования основных направлений развития фармацевтического предприятия через систематизацию имеющейся информации о сильных и слабых сторонах фирмы, а также о потенциальных возможностях и угрозах.

В исследовании использовались методы: системного анализа, логического обобщения, мониторинга.

SWOT-анализ нужно как можно больше сфокусировать, поэтому для каждого нового рынка, продукта, основного конкурента или группы покупателей формируется отдельная таблица. В результате руководитель фармацевтического предприятия обдумывает и принимает решения. После проведения SWOT-анализа у руководителя фармацевтическим предприятием появляется более четкое представление о преимуществах и недостатках работы предприятия.

Таким образом, фармацевтической организации необходимо опираться на достоверный прогноз при планировании своих расходов и будущего финансового результата на год вперед, а иногда и на более длительные сроки. Менеджеры и маркетологи широко используют в своей практике методику SWOT-анализа при стратегическом планировании. Данная технология позволяет систематизировать и тщательно рассмотреть деятельность предприятия с разных сторон, вскрыть противоречия и диспропорции, выявляя при этом резервы для улучшений и повышения эффективности фармацевтического производства.

### **Литература:**

1. Вагнер І. М. SWOT-аналіз як інструмент стратегічного аналізу / І. М. Вагнер // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – КНЕУ, 2009. – №4 (20). – С.81-84
2. Каніщенко О., Лилик І., Романюк Т. Бізнес-планування. – Київ, Миколаїв, – 2000. – 80 с.
3. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз : [навч. посібник] / Г.М. Тарасюк. К. : Каравела, 2006. – 280 с.

**УДК 378.147.88**

## **НАПРЯМКИ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ-МАГІСТІВ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ЛОГІСТИКА» У НАЦІОНАЛЬНОМУ ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ**

*проф. Посилкіна О. В., доц. Братішко Ю. С., викл. Кубасова Г. В.*

*Кафедра управління та економіки підприємства*

В умовах загострення соціально-політичних та соціально-економічних проблем сучасного суспільства більш актуальним постають питання підвищення конкурентоспроможності майбутніх фахівців під час працевлаштування. Сучасний ринок праці вимагає високого рівня професіоналізму та компетенції фахівців, досягнення якого можливе лише за умови вдосконалення професійно-практичної підготовки студентів.

Логістика – це бізнес, який сьогодні швидко розвивається, та в якому задіяна велика кількість різнопрофільних компаній: транспортні, інфор-