

Після того, як маркетинг впроваджений і поставлений – його залишається запустити. Засобом для маркетингу, який його рухає, є ідеї. З їх допомогою з'являються постійні та нові клієнти.

Підводячи підсумок, можна сказати, що фармацевтичний маркетинг – це досить складний процес, який потребує досконалого вивчення споживчих особливостей ринку. Але при грамотному впровадженні маркетингу в фармацевтиці, можна досягти найбільшої вигоди для підприємства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Менеджмент у фармації. Підручник. За редакцією О.С. Кузьміна і Б. П. Громовика. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2005. – 448 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

Я. І. Кучерук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПІДБІР І ОЦІНКА АЛЬТЕРНАТИВ В УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕННЯХ

Альтернатива — це вибір між двома або кількома можливими шляхами вирішення проблеми, або наявність іншого варіанту.

Альтернативне рішення — можливість дослідити декілька варіантів розвитку подій, проаналізувати та обрати найбільш раціональне та ефективне рішення для вирішення певної проблеми. Процес обрання альтернативи зазвичай ділять на два етапи. На першому етапі альтернативи еквівалентні, а сам процес є пасивним. На другому етапі, коли обирається та чи інша альтернатива, то зважуються всі позитивні та негативні сторони обох.

Якість прийнятого рішення напряму залежить від особистості, яка безпосередньо приймаючи це рішення може визначити усі потенційні альтернативи. Неможливо вибрати альтернативу, якщо вона не була ретельно проаналізована. Для того, аби рішення було прийняте ефективно, потрібно розширити ймовірні альтернативи для вирішення проблеми.

До вибору альтернатив відносять критеріальні методи та методи експертних оцінок. На даний момент розроблено чимало операційних методів, що дозволяють персоні або колективам максимально використовувати їх можливості в різних аспектах вирішення проблем та прийняття рішень.

Однією з головних проблем скорочення впровадження нових ідей — їх критична оцінка. Також ще однією із причин є відмова досліджувати та аналізувати запропоновані ідеї.

Ефективність управлінського рішення — продуктивність, одержана внаслідок обробки та реалізації управлінських рішень в організації. Саме досконалість рішень та здійснення визначає їх ефективність. Навіть після того, як альтернативне рішення було прийняте та приведенне в дію, потрібно переконатися чи воно виправдає себе. Саме на цьому етапі проводиться оцінка наслідків цього рішення або порівняння по суті одержаних результатів з тими, які намагалися отримати.

Перед оцінкою повинні бути:

- визначені цілі;
- як слід визначені проблеми та рішення;
- уподібнені альтернативи, з яких буде зроблено вибір.

Коли відбувається оцінка варіантів, то розраховують на точні наслідки розвитку альтернативи. Проте немає повного контролю над розвитком кожного варіанту. Можна обрати певний варіант рішення, але тільки здогадуватися які будуть наслідки. Зазвичай найбільш важливі фактори перебувають поза впливом і контролем. Саме через це різні учасники прийняття рішення мають різні погляди на один і той же варіант і його можливі наслідки.

Прийняття рішення є свідомим вибором наявних варіантів або альтернатив напрямку дій, що зменшує невідповідність даного періоду часу та майбутнім станом організації. Процес вибору потенційних продуктивних варіантів проводиться виходячи з того, що серед багатьох альтернативних рішень завжди присутні схожі між собою.

Прийняття управлінських рішень є надзвичайно важливою частиною функціонування будь-якого підприємства. Ефективність роботи підприємств залежить від правильно прийнятого рішення. Проблема прийняття рішень є важливою, оскільки відіграє значну роль у будь-якій сфері людської діяльності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Семенов А., Набоков В. Основи менеджменту: книга. М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашків і К», 2010 — 576 с.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О. О.

Я. І. Кучерук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ІНФОРМАЦІЯ, ЇЇ ВИДИ І РОЛЬ У МЕНЕДЖЕМЕНТІ

Функціонування будь-якої організації нереальне без обміну інформації. Вона потрібна, щоб надати змогу менеджерам приймати ефективні рішення.

Керівництво інформаційним процесом накопичується в обміні інформацією між суб'єктом управління, об'єктом керівництва і поміж інших осіб.

Інформація — це дані перетворені в чіткому контексті, які формулюють конкретний стан події, задля зменшення невизначеності [1, с. 30].

Інформація може класифікуватися за призначенням, сферами виникнення та формами фіксації інформації, якими користуються в управлінні різні організації. Одними із головних класифікацій виділяють рівну та змістову. Завдяки рівній ознаці можна визначити спрямованість інформації: повідомна, командна та горизонтальна. Змістову інформацію класифікують за типами взаємозв'язків та сферою функціонування [2, с.52].

Класифікація інформації дуже важлива як для розгляду уже сформованої системи, так і для нової, яка тільки почала створюватися. Завдяки їй можна визначити ділянки, де надлишок або замало інформації. В управлінській організації потрібно спостерігати за доцільним співвідношенням координаційною, контрольною, плановою та обліковою інформацією. Іноді через відсутність облікової інформації менеджери розробляють планову, через що у висновку мають негативний вплив на ефективність прийнятих рішень.

Завдяки інформації, яка має важливі для оцінки ситуації та прийняття ефективного рішення, дає змогу директорові вчинити обґрунтоване рішення.

Роль інформації дуже суттєва при виборі рішень, які забезпечують роботу підприємства чи організації. По-перше, інформація несказанно важлива при прийнятті рішення, оскільки керівник завжди у стані невизначеності та ризику і її велика кількість дозволяє правильно проаналізувати всі за і проти. По-друге, організаціям завжди потрібна інформація задля результативного впливу на процес і на саме підприємство. По-третє, як передбачити економію від заподіяної інформації. Різні організації при використанні однієї і тієї ж інформації при веденні бізнесу матимуть різні результати.

Інформаційне забезпечення — сполучення відомостей за певними властивостями, які використовуються для вирішення конкретних задач. Головна задача інформаційного забезпечення полягає в тому, щоб зменшити витрати часу на консервативну роботу. Є два головних підходи для вибору інформаційного забезпечення: функціональний та інтегрований.