

вступає у протиріччя із сегментом споживача, який потребує орієнтації на доступність до лікарського забезпечення, його ефективності та безпечності при мінімальних витратах сім'ї, державного або місцевого бюджету. У якості споживача ЛЗ виступають неоднорідні верстви населення із різними доходами, віковим статусом, соціальним положенням, індивідуальними особливостями, включаючи сприйнятливості конкретного ЛЗ та генетичні особливості. Найбільш сучасним підходом у поєднанні двох складових загального ланцюга являється маркетинговий, який поєднує їх можливості, потреби та мотивуючі доміанти. На прикладі комплексного дослідження розробок, виробництва, виведення на ринок та споживання окремих ЛЗ альтабор, боризол, кратал, диклофенак, піроксикам, дротаверін, амлодипін, симвастатин, триметазидин проведено опрацювання факторів, що впливають на інтенсивність просування ліків, змін цінних характеристик у логістичному ланцюгу, рівнів торговельної націнки та прибутковості. Охарактеризовано канали збуту за шириною та глибиною. Методом опитування партнерів діяльності встановлено та виділено об'єднуючі фактори для всіх учасників, що впливають на інтенсивність й ефективність збутової діяльності ЛЗ. Встановлено, що дуже низькі обсяги продажів нового, навіть генеричного, модифікованого або комбінованого препарату в Україні, особливо в перші роки виведення його на ринок, виступають основою високого ступеня ризикованості інвестиційної діяльності в фармації та у збутовому ланцюгу. Тому фірми-розробники та виробники ЛЗ особливу увагу повинні приділяти першочерговим діям по активному та глибокому проникненню на товарний сегмент ринку шляхом більш великих обсягів продажів нових ЛЗ. Такі стратегії виходу на ринок забезпечують швидке та повне повернення інвестицій, а також одержання бажаних додаткових підприємницьких доходів та прибутків для інвесторів і підвищенню доступності споживачів до нових ефективних і безпечних ЛЗ. Канали збутової діяльності у системі лікарського забезпечення повинні максимально бути очищені від внутрішніх конфліктів і працювати у ритмі єдиного соціального проєкту. Сформовано маркетингове поле збутової діяльності у комплексному ланцюгу, виділено показники та запропоновано їх кількісні характеристики впливу.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведено дослідження складових комплексного ланцюга у збутовій діяльності лікарських засобів. Показано складність, відмінність та соціальну значущість системи збуту ЛЗ. З використанням маркетингового підходу проаналізовано учасників у системі розробки, виробництва та збуту ЛЗ. За матеріалами досліджень розробляються методичні рекомендації.

Сумець А. М.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

ЛОГИСТИКА ИЛИ SMART-ЛОГИСТИКА?

Sumets.alexander@gmail.com

Сегодня, пожалуй, невозможно найти среди специалистов в сфере управления человека, который бы не знал о логистике. Ныне не знать о логистике невозможно! Только за последние 15 лет в отечественных научных и иных изданиях опубликовано сотни статей. Практически более чем половина научно-практических конференций, посвященных проблемам управления и маркетинга, выставляют на обсуждение вопрос, касающийся непосредственно логистики или управлению цепями поставок. Много украинских высших учебных заведений готовят специалистов для сферы логистики. Уже по тематике логистической направленности защищены десятки диссертаций. Политики и бизнесмены все чаще в своих выступлениях употребляют слово «логистика». Таким образом, на сегодняшний день смело можно утверждать, что в Украине термин «логистика» не только прижился, но и стал весьма часто употребляемым в среде бизнеса. Однако, как показывает практика, нашим (да и не только!) спецам от логистики стало немножко уже скучновато «играться» с термином «логистика». И здесь в ход пошли различные «приставки к

логистике» – оптимальная логистика, оптимизационная логистика, экономная логистика и др. Возникает желание задать вопрос: «А что, разве логистика не призвана «экономить» копейку для бизнеса, разве она не является инструментом оптимизации перемещения логистических потоков и сопутствующего обслуживания клиентов?». Ответ известен – конечно же, да! Так зачем же тогда «приставлять» к логистике уточняющие слова-определители типа «экономная», «оптимизационная» и др.? Думаю, что это уже является лишним. Хотя авторов указанных словосочетаний можно понять. Они это сделали с благих намерений, пытаясь усилить значимость и уникальность логистики для ведения деятельности субъектов хозяйствования.

Время течет неумолимо быстро. Появляются новые веяния в разных отраслях экономики. Причины такого явления различные – то ли это дань моде, то ли кому-то постоянно хочется быть законодателем хоть в чем-то, то ли это специфический маркетинговый ход в продвижении своих услуг. Так случилось и в сфере логистики. Совсем недавно ее уже перекрестили в SMART-логистику. В Интернет так и пестрят названия фирм и компаний с приставкой СМАРТ. Например, это ООО СМАРТ Логистика (Россия, Санкт-Петербург), Smart Logistic Group (Россия, Москва), ТК «Смарт Логистика» (Россия, Краснодар) Смарт-Логистик (Украина) и т. п. Кроме того, организуются летние школы «SMART логистика и инновации» (Украина, Харьков), реализуются различного рода пилотные проекты «СМАРТ логистик – гудок» и «СМАРТ логистик: московские грузовые дворы – только для москвичей» (Россия, Москва), создаются информационные сайты, например, «СМАРТ логистик» (<https://search.landl.com/find?q=смарт+логистик&ae>) и т. д.

Для большей убедительности вышеуказанного авторского мнения, очевидно, следует обратиться к расшифровке приставки «SMART». В англо-русском словаре SMART переводится как «умный, смысленный, хитроумный, ловкий». Однако это слово сегодня понимают и как аббревиатуру вполне определенных слов-дескрипторов (от лат. *descriptor* – описывающий), а именно:

S – «*Specific*», т.е. конкретный;

M – «*Measure*», т.е. измеримый;

A – «*Achievable*», т.е. осуществимый;

R – «*Relevant*» – т.е. релевантный (существенный);

T – «*Time Bounded*», т.е. ограниченный во времени.

А теперь посмотрим на то, подходят ли вышеприведенные слова к логистике. Думаю, что они вполне подходят и более того, помогают исследователям конкретизировать направленность логистики. Ведь действительно логистика успешно решает конкретные задачи, являющиеся для бизнеса весьма существенными. Очень важно, что данные задачи имеют измеримый результат и, кроме того, они практически все осуществимы и их решение ограничено во времени. Логически как бы все правильно и соответствует содержанию логистики.

Однако у автора есть и определенное несогласие с новым, современным названием «СМАРТ-логистика». Если мы логистику сегодня понимаем уже как науку, как учебную дисциплину, то разве их можно называть умными? А тогда другие науки – математика, физика, химия, менеджмент, экономика ..., что не умные? Всякая наука сама по себе является умной, не правда ли? Наука – это сгусток конкретно-направленного интеллекта, а точнее результата деятельности этого интеллекта. Так зачем же еще это необходимо подчеркивать приставкой «SMART»? Думаю, что такой необходимости нет! А вот касательно технологий, систем и объектов (уберизация, «умные системы» и «Интернет-вещей»), большие данные (Big Data), GRID-технологии, технология Blockchain, сенсорные технологии (СТ), технология 3D-печати, цифровизация транспорта, роботы, беспилотный транспорт, дроны, «носимые умные устройства», «дополненная реальность» [1–12]), которые сегодня начинают использовать для решения логистических задач, то их вполне можно называть «умными» и приставка «SMART», я думаю, здесь уместна.

Таким образом, в заключении следует указать на то, что логистику называть СМАРТ-логистикой не корректно. Такая приставка более актуальна для технологий, систем и объектов, упомянутых выше, которые с успехом используются непосредственно для решения логистических задач определенного вида.

Литература:

1. Бобровников Б. Цифровая экономика в России: шаг вперед или два назад [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.crn.ru/numbers/regnumbers/detail.php?ID=116845>.
2. Блокчейн-технологии в логистике: возможности колоссальные, но требуются масштабные инвестиции (результаты блиц-опроса экспертов) / [Коршевиюк Л., Крупенченко К., Лебедева В., Мазура Е., Сумец А.] // Логистика : проблемы и решения, 2018. № 3 (76) : Май–июнь. С. 12-13.
3. Дополненная реальность – что сегодня предлагают разработчики? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://habr.com/company/madrobots/blog/407723/>.
4. Дополненная реальность для предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ptc.com/ru/products/augmented-reality>.
5. Дроны нового сервиса доставят посылку прямо в руки [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://hitech.vesti.ru/article/682272/>.
6. Новая почта тестирует дроны для доставки посылок [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://biz.liga.net/ekonomika/telekom/novosti/novaya-pochta-testiruet-drony-dlya-dostavki-posylok>.
7. Система управления транспортом [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://abmcloud.com/abmsoft/tms/?utm_source=google&utm_medium=cpc&gclid=EA1aIQobChMIvNruk62s2wIVirHtCh3vaAGWEAMYASAAEgJrSPD_BwE.
8. Результаты исследования GCI 2017 : Глобальный индекс сетевого взаимодействия Huawei – 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.huawei.com/minisite/russia/huaweigci/index.html>.
9. Сумец А.М. Smart-продукты для логистики // Логистика : проблемы и решения : междунар. науч.-практ. журн., 2018. № 3 (76) : Май–июнь. С. 42-51.
10. Сумец А. М. Новые технологии пятого этапа развития логистики // Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты [Электронный ресурс] : электронный сб. статей II Междунар. научн.-практ. конф., посвященной 50-летию Полоцкого гос. ун-та, Новополоцк, 7–8 июня 2018 г. / Полоцкий гос. ун-т. Новополоцк, 2018. С. 643-646.
11. Шесть технологий, которые изменят логистику к 2030 году — DHL [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://psm7.com/news/6-texnologij-kotorye-izmenyat-logistiku-k-2030-godu-dhl.html>
12. Китайская компания SF Express использует летающие дроны для быстрой доставки посылок [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://itc.ua/news/kitayskaya-kompaniya-sf-express-ispolzuuet-letayushhie-dronyi-dlya-byistroy-dostavki-posylok/>.

Сумець О. М., Сиромятніков П. С.*

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

**Харківський національний університет сільського господарства імені Петра Василенка, Харків, Україна*

ЛОГІСТИЧНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Sumets.alexander@gmail.com

Ukridu@gmail.com

Ефективний розвиток виробничої логістики тісно пов'язаний із запровадженням на підприємствах логістичних інформаційних систем (ЛІС). Своєчасне надання інформації виробничим і забезпечуючим підрозділам підприємства є одним із визначальних факторів