

РОЗРОБКА МОДЕЛІ КООРДИНАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ

Голубцова К.К., Сагайдак-Нікітюк Р.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

Сучасний стан фармацевтичного ринку зумовлює необхідність гнучкого реагування на виклики внутрішнього та зовнішнього середовища, а підтримка гнучкого й адаптивного управління охоплює низку питань, пов'язаних з організацією ефективного управління матеріальними та інформаційними потоками.

Концепція інтегрованої логістики стверджує, що між собою конкурують не окремі підприємства, а їх логістичні ланцюжки, тому для забезпечення конкурентних переваг необхідно, щоб усі учасники логістичного ланцюга сприймали логістику як єдину інтегровану функцію, яка дозволить їм спільно працювати над отриманням максимально можливих результатів за умови мінімізації всіх видів витрат.

Модель координації логістичних процесів на фармацевтичних підприємствах за умови, що в наведеній системі існують два рівня управляючих елементів: 1) рівень розподілу (рівень визначення потреб в активних фармацевтичних інгредієнтах, основних і допоміжних матеріалах); 2) рівень виконання замовлення (рівень виробництва лікарських засобів).

Управляюча система впливає на вихід блоку «виробництво – склад готової продукції – обслуговування замовлень». Необхідно відмітити, що зазначені завдання управління не можуть бути виконані безпосередньо, поки не буде доступна певна інформація, тобто замовлення $R_j(t_1, t_2)$ буде здійснено, якщо будуть виконані певні умови, згідно припущення про неузгодженість:

$$B_j^1(t) \geq B_j^2(t) \text{ и } B_j^3(t) \geq B_j^4(t) \text{ для всіх } j \text{ і } t. \quad (1)$$

Якщо значення $S_{ij}(t)$ розраховуються як:

$$B_j^1(t) \geq B_j^3(t) \text{ і } B_j^2(t) \geq B_j^4(t) \text{ для всіх } j \text{ і } t. \quad (2)$$

Під цим розуміється, що значення $S_{ij}(t)$ не повинні перевищувати споживний попит. Управляючий елемент повинен лише обчислювати і визначати реалізовані замовлення. Якщо вихід керованої системи та значення $F_j(t)$ залежать від наявних можливостей, то управляючий елемент повинен співвіднести прогнозну інформацію про необхідні та наявні можливості і види лікарських засобів, активних фармацевтичних інгредієнтів, основних та допоміжних матеріалів.

Проведене дослідження стосовно особливостей управління підприємствами фармацевтичного сектору на засадах маркетингової логістики дозволило дійти висновку, що застосування маркетингової логістики сприяє підвищенню ефективності їх функціонування завдяки збільшенню ефективності координованих логістичних ланцюгів, зниження витрат і отримання синергетичного ефекту.