

Князєва В.Ю., Лісна А.Г.

Національний фармацевтичний університет

Обґрунтування критеріїв оцінки та відбору постачальників продукції для підприємств

knjazevavika85@gmail.com

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що вибір постачальника продукції є одним з найважливіших завдань підприємства. Як свідчить світова практика, ефективне управління закупівлями продукції може стати важливим джерелом забезпечення конкурентної переваги підприємства на ринку. На жаль, деякі менеджери недооцінюють значення вибору постачальника продукції для ефективного функціонування всього підприємства. Власний успіх підприємства-покупця у забезпеченні споживачів якісною продукцією залежить багато в чому від того, наскільки чітко постачальники виконують свої функції. Саме тому перед менеджерами підприємства постає проблема вирішення завдання відбору оптимального постачальника. Від грамотного вибору методів вирішення даного завдання, залежить ефективність закупівельної діяльності підприємства, а значить і його конкурентоспроможність на ринку.

Метою дослідження є визначення головних критеріїв оцінки та відбору постачальників продукції.

Як свідчать результати проведених наукових досліджень, на сьогоднішній день вибір постачальника є однією з найважливіших проблем управління запасами матеріальних ресурсів і готової продукції. Це обумовлено, як великою кількістю постачальників взаємозамінної продукції, так і тим, що постачальник повинен стати надійним партнером товаровиробника або торгових підприємств.

Критерії оцінки та відбору постачальників продукції залежать від вимог споживачів логістичної системи та можуть бути різноманітними. Зазвичай їх декілька, але в окремих випадках, їх може бути понад 50. У той же час, незалежно від специфіки галузі та розміру підприємства, найважливішими критеріями в процесі оцінки та відбору згідно з вимогами закупівельної логістики є наступні: надійність постачання; якість поставленої продукції; ціна; віддаленість генератора матеріальних потоків від споживчої логістичної системи; терміни виконання поточних і екстрених замовлень; здатність забезпечити постачання запасних частин протягом всього терміну служби обладнання, яке постачалося; психологічний клімат у трудовому колективі постачальника; організація управління якістю продукції постачальником; кредитоспроможність і фінансове становище постачальника; імідж; оформлення продукції (упаковка); наявність резервних потужностей у джерела постачання тощо.

Також, вважаємо за потрібне виділити шкалу критеріїв вибору постачальника, яка була запропонована Майклом Р. Ліндерсом і Харольдом Є. Фіроном (критерії розташовані у порядку пріоритетності): якість продукції; своєчасність доставки; ціна (порівняння реальної ціни з бажаною або з мінімальною в інших постачальників); обслуговування (якість технічної допомоги, ставлення постачальника та час відповіді на прохання про допомогу, кваліфікація обслуговуючого персоналу та ін.); повторні пропозиції щодо розробки продукції або послуги, щодо зниження ціни; технічна, інженерна та виробнича потужність; оцінка дистриб'юторських можливостей (якщо постачальник виконує функцію дистриб'ютора); детальна оцінка фінансів та управління тощо.

Зазначена шкала критеріїв використовується більшістю зарубіжних підприємств-виробників продукції при виборі постачальників матеріальних ресурсів.

Фактор ціни та витрат, пов'язаних з управлінням закупівлями, є для більшості підприємств найважливішим, так як на пряму визначається прибуток, тому постачальників обирають насамперед за ціновим критерієм.

Узагальнюючи розглянуті підходи, ми можемо зробити висновок, що визначення пріоритетів при виборі постачальника залежить від великої кількості факторів і насамперед від маркетингової та логістичної стратегії підприємства-виробника.

Проведений науковий аналіз дозволив виділити п'ять основних факторів, які впливають на вибір постачальника:

1. Якість продукції. Відноситься до здатності постачальника забезпечити продукцію та послуги у відповідності зі специфікаціями, а також з вимогами споживача незалежно від того, чи відповідає вона специфікації.

2. Надійність постачальника (чесність; чуйність; обов'язковість; зацікавленість у веденні бізнесу з цим підприємством; фінансова стабільність; репутація в своїй сфері; дотримання раніше встановлених обсягів та термінів постачання тощо).

3. Ціна. В ціні повинні враховуватися всі витрати на закупівлю конкретної продукції, а саме: транспортування; адміністративні витрати; ризик зміни курсів валют; митні мита тощо.

4. Якість обслуговування. Оцінка за даним критерієм вимагає збору інформації у досить широкого кола осіб з різних підрозділів підприємства. Необхідно дотримуватися думок щодо якості технічної допомоги, відношення постачальника до швидкості реакції на мінливі вимоги й умови постачань, до прохань про технічну допомогу, а також щодо кваліфікації обслуговуючого персоналу тощо.

5. Умови платежу та можливість позапланових постачань. Постачальники, що пропонують вигідні умови платежу (наприклад, з можливістю отримання відстрочки, кредиту) і, що гарантують можливість отримання позапланових поставок, дозволяють уникнути багатьох проблем постачання.

Отже, як можна побачити із всього вище зазначеного, процес закупівель є дуже важливим для усіх галузей промисловості. Фармацевтична галузь не є виключенням. На українському фармацевтичному ринку дистриб'ютори відіграють значну роль. Розглянемо рейтинг дистриб'юторів фармацевтичної продукції України за 2016-2018 рр. (табл. 1):

Таблиця 1

Рейтинг дистриб'юторів фармацевтичної продукції України за 2016-2018 рр.

Дистриб'ютор	2016	2017	2018
ТОВ «БаДМ» (м. Дніпро)	1	1	1
ТОВ «Оптима-Фарм» (м. Київ)	2	2	2
ТОВ «Вента» (м. Дніпро)	3	3	3
ПрАТ «Фармпланета» (м. Київ)	5	5	4
ТОВ «ФРАМ КО» (м. Київ)	4	4	5

Аналізуючи звітні дані табл. 1 можна сказати, що лідером серед дистриб'юторів фармацевтичної продукції України є підприємство ТОВ «БаДМ». Це підприємство не тільки посідало перші місця протягом багатьох років, але й досі залишається головним дистриб'ютором на українському фармацевтичному ринку.

Таким чином, узагальнюючи все вище сказане, можна зробити висновок, що вибір постачальника дійсно є однією з найважливіших проблем управління запасами матеріальних ресурсів і готової продукції. Однак, не всі підприємства звертають свою увагу на сферу закупівель, адже саме в ній укладено один з найбільших потенціалів зниження витрат, а значить і, збільшення конкурентоспроможності на ринку. Саме тому, у сучасних умовах кожне підприємство повинно усвідомити стратегічну роль вирішення завдання вибору постачальника у підвищенні його конкурентоспроможності та вибрати найбільш ефективну систему для оцінки своїх постачальників.

Література:

7. Логістичний менеджмент фармацевтичного виробництва : моногр. / О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак-Нікітюк, Г. В. Загорій, О. Ю. Горбунова та ін.; за заг. ред. О. В. Посилкіної. – Х. : Вид-во НФаУ, 2011. – 772 с.

8. Посилкіна О.В., Лісна А.Г., Новицька Ю.Є., Демченко Н.В. Науково-практичні підходи до вибору постачальників фармацевтичної продукції для оптових фармацевтичних

Козар Т. В., Басва О. І.

Національний фармацевтичний університет

Формування професійної компетентності майбутнього фахівця

@taniakozar18a@icloud.com, olgaivanovnabaeva@gmail.com

Професійна компетентність дає змогу фахівцю успішно виконувати різноманітні види професійної діяльності, вона синтезує у собі широкий спектр знань та практичних дій, відображає ступінь сформованості професійної культури спеціаліста і визначає результати його роботи. Професійна компетентність є мірою і головним критерієм професійної підготовленості та здатності суб'єкта праці виконувати завдання й обов'язки відповідно до посади, яку він займає.

Професійна компетентність - це системне поняття, коло повноважень у сфері діяльності, коло питань, з яких суб'єкт володіє знаннями, досвідом, сукупність яких відображає статус і кваліфікацію, а також індивідуальні особливості, що забезпечують можливість реалізації певної діяльності [1].

Формування професійної компетентності майбутнього фахівця здійснюється через зміст освіти, яка включає в себе не тільки перелік навчальних предметів, а й професійні навички та вміння, що формуються в процесі оволодіння предметом, а також засобами активної дієвої позиції студента у соціальному, політичному та культурному житті. Підготовка компетентного фахівця, що відповідає вимогам сьогодення, неможлива без побудови на науковій основі відповідної системи навчання.

Компетентнісний підхід до підготовки майбутніх фахівців полягає в набутті та розвитку у студентів під час навчання набору ключових, загально-галузевих та предметних компетентностей, які визначають його успішну професійну діяльність. Компетентності включають професійні знання та вміння, що характеризують кваліфікацію, такі якості як ініціативність, співпраця, здатність до роботи в колективі, комунікативні здібності, вміння вчитися, оцінювати, логічно мислити, відбирати і використовувати відомості [2].

Рух фахівця до вершини професіоналізму включає п'ять основних стадій (етапів) [3]:

1) адаптація - формування професійних і особистих намірів, свідомий вибір професії з урахуванням індивідуально-психологічних особливостей;

2) професійна підготовка - формування професійної спрямованості і системи професійних знань, умінь і навичок, придбання досвіду теоретичного і практичного вирішення професійних ситуацій і завдань;

3) професійна адаптація - входження у професію, освоєння нової соціальної ролі, професійне самовизначення, формування особистих і професійних якостей, досвіду самостійного виконання професійної діяльності;

4) професіоналізація - формування професійної позиції, інтеграція особистих і професійно важливих якостей і вмінь у відносно стійкі професійно значимі, кваліфіковане виконання професійної діяльності;

5) професійна майстерність - повна реалізація, самоствердження особи у професійній діяльності.

Сучасній фармацевтичній галузі потрібен фахівець, який здатний максимально використовувати свій потенціал, мобільність, проявляти гнучкість, конкурентоспроможність та професійну компетентність.

Перелік використаних джерел інформації

1. https://pidruchniki.com/1580011955052/pedagogika/formuvannya_profesiyanoi_kompetentnost (дата звернення 17.09.2019)