

Загалом прогноз розвитку логістичного ринку послуг України залишається позитивним. Він знаходиться в стадії розвитку, і хоча темпи його зростання досить повільні в порівнянні з іншими державами, але він є потенційно конкурентоспроможним. Найбільш перспективними є авто- і авіаперевезення, також зможуть повернутися до зростання об'ємів перевезення залізничні – в разі стабілізації і розвитку промислового виробництва в країні.

Використана література:

1. Аналіз ринку логістики в Україні. 2018 р. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-logistiki-ukrainy2018-god>.
2. Аналіз ринку логістики в Україні. 2018 р. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-logistiki-ukrainy2018-god>.
3. Григорак М. Ю. Інтелектуалізація ринку логістичних послуг: концепція, методологія, компетентність : монографія. Київ : Сік Груп Україна, 2017. 513 с.
4. Ринок логістичних послуг України: тренди та можливості 2020 р. URL: <https://www.tot.com.ua/post/rinok-logistichnih-poslug>.

Підходи до формування системи розподілу товарних запасів аптечних мереж

Попова І. А., доцент кафедри організації та економіки фармації
Національного фармацевтичного університету
Харитонов Д. В., здобувач вищої освіти спеціальності
226 Фармація, промислова фармація
Національного фармацевтичного університету
ira_popova_dik@ukr.net

Управління асортиментом є однією з найважливіших функцій будь-якого підприємства. Саме від асортименту багато в чому залежить ефективність його роботи і успіх в цілому. На сучасному етапі розвитку роздрібного сегмента фармацевтичного ринку України, який характеризується великою кількістю аптечних мереж і одиночних аптек, кожне аптечне підприємство змушене вирішувати питання управління асортиментом самостійно. А якщо врахувати, що в Україні реалізується понад 10 тис. торгових найменувань лікарських засобів, стає очевидним – це непросте завдання.

Цілком природно також, що при виконанні такої роботи багато покладається на експертні думки фахівців відділів закупівель або на діяльність своїх конкурентів. Проте сьогодні існує безліч методів управління асортиментом, які здатні якісно змінити діяльність аптеки – підвищити її ефективність.

В умовах сформованої жорсткої конкуренції на фармринку аптечні мережі прагнуть поліпшити свої бізнес-процеси, однак такі ключові бізнес-процеси, як планування асортименту, ціноутворення, розподіл товару, ще далекі від досконалості. Так, більшість завідуючих аптеками при формуванні та підтримці

асортименту не використовують жодних методів для його аналізу. Визначення кількості, необхідного для замовлення товару, найчастіше підраховується на підставі продажів за попередні періоди методом усереднення. Такий спосіб, безумовно, дозволяє контролювати позиції з постійним попитом. Однак багато ліків є сезонними і, отже, схильні до значних коливань продажів. Використання методу усереднення для таких товарів сприяє при сезонному збільшенні попиту дефектуру, а при зниженні попиту – затоварювання. Тому планування асортименту для сезонних товарів методом усереднення неприйнятно.

Якщо процес формування асортименту і замовлення товару відбувається на рівні аптеки, співробітник, який здійснює замовлення, може витрачати на це від 2 до 4 годин на день. Такі суттєві часові витрати пов'язані перш за все з відсутністю системи планування і аналізу асортименту. У співробітника немає критеріїв віднесення товару до тієї чи іншої групи, і тому йому доводиться регулярно приймати рішення про необхідність тієї чи іншої позиції в аптечному асортименті, ґрунтуючись на особистому досвіді.

Таким чином, питання грамотно спланованого асортименту залишається найбільш актуальним і стратегічно важливим, а ведення збалансованої закупівлі товару є одним із пріоритетних завдань при управлінні аптечною мережею.

Існуючі на сьогодні підходи до аналізу та формування асортименту в великих аптечних мережах можна звести до двох крайніх моделей:

- централізована. Асортимент аптек, які входять в аптечну мережу, формується в центральному офісі, і на його підставі формуються запаси на центральному складі мережі;

- децентралізована. Асортимент створюється безпосередньо в аптеках, товарні запаси на центральному складі аптечної мережі формуються в результаті спостереження за динамікою продажів всіх аптек.

Такі моделі мають свої позитивні і негативні сторони. При централізованому формуванні асортименту і здійсненні замовлення через склад аптечної мережі ризики виникнення дефектури по ключових позиціях мінімальні. У той же час така система не забезпечує гнучкості асортименту і веде до втрати потенційних клієнтів. Крім того, існуюча форма замовлення і доставки товару при такому підході вимагає великих витрат на організацію внутрішньої логістики.

Децентралізоване формування асортименту забезпечує його гнучкість і швидку реакцію на зміну переваг споживача, однак залишається висока частка ризику наявності дефектури або затоварення аптеки, а також можливість формування неправильного асортименту. Таким чином, ефективна система формування та підтримки асортименту повинна забезпечувати:

- 1) формування гнучкого і актуального асортименту з мінімальними фінансовими, трудовими і тимчасовими витратами;

- 2) скорочення фінансових витрат і зниження ризиків фінансових втрат, пов'язаних з формуванням «неправильного» асортименту (дефекту або

затоварювання), негативним впливом людського фактора, втратою потенційних клієнтів;

3) керованість асортиментної політики за рахунок «планування» асортименту;

4) підтримання лояльності клієнтів, за рахунок наявності необхідних їм лікарських засобів.

Таким чином, для підвищення фінансової ефективності процесу формування та підтримки асортименту, на наш погляд, необхідно впровадити систему управління асортиментом, яка дозволила б керівництву аптечної мережі централізовано контролювати ключову частину асортименту, яка приносить аптечній мережі основний дохід і / або забезпечує приплив відвідувачів. А для забезпечення гнучкості та швидкості реакції на зміну уподобань споживачів формування решти асортименту делегувати на рівень аптеки.

Самоменеджмент в логістиці

Романовська Є. В., здобувач початкової вищої освіти 4 курсу спеціальності «Менеджмент» Кременчуцького льотного коледжу

Харківського національного університету внутрішніх справ

Харченко М. В., к.е.н. викладач циклової комісії

економіки та управління Кременчуцького льотного коледжу

Харківського національного університету внутрішніх справ

atlanta1680@gmail.com

Менеджмент – це процес планування, організації, мотивації і контролю, спрямований на те, щоб сформувати та досягти цілі організації через інших людей.

Самоменеджмент спрямований на максимальне використання працівником власних можливостей і свідоме управління своїм часом.

Функції самоменеджменту охоплюють систему організованих мозком дій, здійснення яких дає змогу досягти конкретної мети і розпочати виконання наступної функції. У житті ці функції накладаються одна на одну за часом їх здійснення. Функції самоменеджменту можна класифікувати за:

- функції стратегічного самоуправління (сюди можна включити самоуправління, саморозвиток, самовиховання, прийняття стратегічних рішень);
- функції повсякденного самоуправління (це планування, організація, самомотивування, прийняття рішень, саморегулювання та самоконтроль);

Самоменеджмент дозволяє ефективно пройти всі етапи успішного шляху до мети, а саме:

- вирішити, чого ви хочете досягти;
- створити власне бачення успіху;
- використовувати метод «великих стрибків»;
- вірити, що успіх прийде;
- зосередитися на цілях, що ведуть до успіху;
- не падати духом при невдачах.