ням міжнародних логістичних систем, задачі раціонального логістичного управління мають цілий ряд факторів невизначеностей, вплив яких необхідно враховувати.

У підсумку запропоновані методи теорії нечітких множин можна віднести до найбільш ефективних евристичних методів розв'язання складних задач в області проектування, прогнозування та управління. Такі евристичні методи надзвичайно корисні в умовах застосування інтерактивних систем, коли за особою, що приймає рішення, залишається останнє слово з остаточного вироблення рішень.

При цьому до завданнь фармацевтичної логістики, які можуть надзвичайно успішно вирішуватися на основі методів теорії нечітких множин можна віднести завдання організації транспортних потоків, поділу на зони обслуговування, формування запасів в місцях складування, обслуговування споживачів, визначення якості логістичного обслуговування тощо.

ВИБІР КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Тесля А.М., Котлярова В.Г.
Національний фармацевтичний університет, м. Харків
Alinkat15@gmail.com

На сучасному етапі розвитку економіки питання ефективного управління матеріальними потоками набувають все більшої гостроти. Про це свідчить той факт, що у витратах часу на усе просування матеріального потоку лише 2% сумарного часу доводиться власне на виробництво, 5% − на транспортування, 8% − цей підго-товчо-завершальний час і 85% − час пролежування матеріалів і виробів на складах.

Підвищення ефективного управління матеріальними потоками особливо актуальне для фармацевтичної промисловості [3]. Це обумовлене тим, що: продук-ція галузі має обмежений строк зберігання; висуває жорсткі умови для зберігання та транспортування – не тільки до рівнів параметрів, але й до їх постійності; є крихкою; асортимент та обсяги її постачання варіюють від декількох упаковок до багатотонних перевезень [4]; її просування супроводжується значним інформаційним потоком (товарно-транспортні накладні, сертифікати якості, показники термографів про умови зберігання та транспортування на всіх етапах просування) та інше [5].

Тому вибір адекватного каналу розподілу фармацевтичної продукції є актуальним та важливим питанням для галузі.

Метою даної роботи є вибір каналу розподілу фармацевтичної продукції адекватного вимогам до її зберігання та транспортування з метою забезпечення їх економічної безпеки та мотиваційності створення глобальних логістичних систем за участю фармацевтичних підприємств.

Питаннями побудови різноманітних каналів розподілу присвятили дослідження багато вчених, до яких зокрема необхідно віднести В. Амітан, Д. Бауєрсокс, А. Гаджинський, Є. Крикавський, Р.Ларіна, Е. Мате, Ю. Неруш, В. Ніколайчук, М. Окландер, Дж. Сток, М. Линдерс та ін.

Істотний розвиток у формування ланцюгів поставок та вибір каналів розподілу фармацевтичної продукції внесли О. В. Посилкіна, Р. В. Сагайдак – Нікітюк, А. Г. Хромих та ін.

На сьогоднішній день розподіл фармацевтичної продукції може здійснюватися через наступні канали розподілу:

- 1PL (First Party Logistics) – це автономна логістика; всі операції виконує сам власник вантажу;
- 2PL (Second Party Logistics) передбачає, що компанія надає традиційні послуги по транспортуванню і управлінню складськими приміщеннями;
- 3PL (Third Party Logistics) в перелік послуг такого оператора входить складування та додаткові послуги, а також використання субпідрядників;
- 4PL (Fourth Party Logistics) − інтеграція всіх компаній, які задіяні в ланцюзі постачання вантажів. Такий провайдер вирішує завдання, що пов'язані з плануванням, управлінням і контролем всіх логістичних процесів компанії-клієнта з врахуванням довготермінових стратегічних цілей;
- 5PL (Fifth Party Logistics) – система, яка представляє собою інтернет-логістику – це планування, підготовка, управління і контроль за всіма складовими єдиного ланцюжка транспортування вантажів за допомогою електронних засобів інформації.

На вибір каналу розподілу фармацевтичної продукції крім вимог, що висувають особливості зберігання та транспортування продукції, впливають положення

нормативно-правових актів, згідно з якими через Інтернет мережі заборонено розподіляти цілий ряд продукції. Тому використання в якості каналу розподілу фармацевтичної продукції 5PL − операторів обмежене.

Використання каналу 1PL призведе до створення на фармацевтичному підприємстві − транспортних та складських служб та підрозділів, в регіонах країни − розподільчих центрів та організація в них необхідних умов зберігання. Все це підвищить витрати підприємства, що знизить конкурентоспроможність продукції.

2PL та 3PL оператори передбачають виконання всіх тих функцій з транспортування та зберігання продукції, що невластиві підприємствам, але при цьому до роботи залучаються по-декілька субпідрядників. В результаті, по-перше, відповідальність за обслуговування клієнтів розподіляється між декількома виконавцями, що може знизити його якість; по-друге, їх поява ускладнює процес просування матеріального потоку, тому що передача ресурсів між окремими виконавцями обов'язково повинна супроводжуватися додатковим операціями контролю та діагностики, що також може знизити рівень конкурентоспроможності підприємства.

Аналіз особливостей діяльності 4PL – операторів та вимог до просування фармацевтичної продукції показує, що це найбільш адекватний канал розподілу. Його характерною рисою є інтеграція діяльності компаній. Дефініція слова "інтеграція" (від лат. integer − цілий) в [1] визначена як об'єднання в ціле яких-небудь частин; стосовно економіки - об'єднання господарюючих суб'єктів, поглиблення їх взаємодії, розвиток тісних зв'язків між ними, в [2] − як поступове зближення та об'єднання економічних суб'єктів у процесі їх взаємодії. Взаємодія та тісний зв'язок між окремими компаніями побудовані на досягненні однієї мети – забезпечення розподілу фармацевтичної продукції у відповідності до вимог.

Перелік використаних джерел інформації

1. Экономический словарь / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://abc.informbureau.com.

2. Економічна енциклопедія: у трьох томах. / [редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. Т. 2. – 2001. – 848 с.

3. Крикавський Є. М. Логістика підприємства. − Львів: Львівська політехніка, 1996.
4. Гаджинский А. М. Основи логістики: Навчальний посібник. − М.: Маркетинг, 1996.
5. Дегтяренко В. М. Основи логістики та маркетингу: Навчальний посібник / ГАС.

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ОТОЧУЮЧОГО СЕРЕДОВИЩА НА ЛОГІСТИЧНУ СИСТЕМУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сагайдак-Нікітюк Р.В., Хачатрян Е.Т.
Національний фармацевтичний університет, м. Харків
kafep.nfay@ukr.net

Вступ. Одним з важливіших понять у логістичному менеджменті є поняття логістичної системи, яке ґрунтується на використанні системного підходу. Саме системний підхід дозволяє розглядати досліджуваний об’єкт як комплекс взаємопов’язаних підсистем, поєднаних єдиною метою, і розкрити його інтегровані властивості, зовнішні та внутрішні взаємозв’язки.

Логістична система фармацевтичного підприємства – це організаційно-управлінський механізм, який реалізує сукупність логістичних функцій, взаємопов’язаних за структурою та спрямованих на досягнення конкретної логістичної мети [1]. Метою логістичної системи фармацевтичного підприємства є виробництво і поставка якісних лікарських засобів у визначене місце, в потрібній кількості та асортименті, в певний час, при мінімально припустимому рівні витрат з