



*Міністерство охорони здоров'я України
Міністерство освіти і науки України
Всеукраїнська громадська організація
«Українська Асоціація Логістики»
Національний фармацевтичний університет
Кафедра управління, економіки та забезпечення
якості у фармації*



МАТЕРІАЛИ
IX науково-практичної internet-конференції з міжнародною участю
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВОЇ
ЕКОНОМІКИ ТА ЛОГІСТИКИ»
(28 жовтня)



MATERIALS
of IX scientific and practical internet-conference
with international participation
«ACTUAL PROBLEMS OF INDUSTRIAL ECONOMY AND
LOGISTICS DEVELOPMENT»
(28 october)

Харків

2021

УДК 330.101:615.1:658.7

Редакційна колегія:

Головний редактор: проф. **Посилкіна О.В.**

Члени редакційної колегії: проф. **Літвінова О.В.**, доц. **Лісна А.Г.**

**Реєстр з'їздів, конгресів, симпозіумів та науково-практичних конференцій:
реєстраційне свідоцтво № 415 від 16.09.2020 р.**

Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики: матер. ІХ міжнарод. наук.-практ. internet-конференції з міжнар. участю, Харків, 28 жовтня 2021 / ред. кол.: О.В. Посилкіна, О.В. Літвінова, А.Г. Лісна. – Харків : НФаУ, 2021. – 311 с.

Actual problems of industrial economy and logistics development: materials of IX scientific and practical internet-conference with international participation. October 28, 2021 / ed. board. : O.V. Posilkina, O.V. Litvinova, A.G. Lisna. Kharkiv : NUPh, 2021. – 311 p.

Збірник містить матеріали ІХ науково-практичної конференції: обговорення наукових та практичних проблем активізації соціально-економічних процесів на рівні галузі, у т.ч. фармацевтичної, розвитку логістичного потенціалу на макро-, мезо- та мікрорівнях національної економіки, актуальних проблем управління якістю та виробництвом у фармації, формування професійних компетентностей майбутніх фахівців та ін., із залученням вчених, фахівців-практиків, викладачів навчальних закладів та дослідників, докторантів, аспірантів, підприємців із України.

Матеріали подаються мовою оригіналу

За достовірність матеріалів відповідальність несуть автори

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Котвіцька А.А. – докт. фарм. наук, проф., ректор Національного фармацевтичного університету, заслужений діяч науки і техніки України, **співголова оргкомітету** (м. Харків)

Посилкіна О.В. – докт. фарм. наук, проф., проф. кафедри управління, економіки та забезпечення якості у фармації Національного фармацевтичного університету, **співголова оргкомітету** (м. Харків)

Владимирова І.М. – докт. фарм. наук, проф., проректор з наукової роботи Національного фармацевтичного університету, **співголова оргкомітету** (м. Харків)

Коваленко С.М. – докт. фарм. наук, проф., зав. кафедрою управління, економіки та забезпечення якості у фармації Національного фармацевтичного університету, **співголова оргкомітету** (м. Харків)

Бушусьва І.В. – докт. фарм. наук, проф., зав. кафедрою управління і економіки фармації та фармацевтичної технології Запорізького державного медичного університету (м. Запоріжжя)

Братішко Ю.С. – докт. фарм. наук, доц., доц. кафедри управління, економіки та забезпечення якості у фармації Національного фармацевтичного університету (м. Харків)

Грошовий Т.А. – докт. фарм. наук, проф., зав. кафедрою управління та економіки фармації з технологією ліків Тернопільського державного медичного університету ім. І.Я. Горбачевського (м. Тернопіль)

Гудзенко О.П. – докт. фарм. наук, проф., в. о. ректора ДЗ «Луганський державний медичний університет», декан фармацевтичного факультету (м. Рубіжне)

Деренська Я.М. – канд. економ. наук, доц., доц. кафедри управління, економіки та забезпечення якості у фармації Національного фармацевтичного університету (м. Харків)

Жакипбеков К.С. – доктор філософії (Ph.D), зав. кафедрою організації, управління і економіки фармації та клінічної фармації Медичного університету (Казахстан)

Іванов Ю.Б. – докт. економ. наук, проф., академік Академії економічних наук України, директор науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (м. Харків)

Карамішев Д.В. – доктор наук з державного управління, проф., перший заступник директора Харківського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України (м. Харків)

Крикавський Є.В. – докт. економ. наук, проф., зав. кафедрою маркетингу і логістики Національного університету “Львівська політехніка” (м. Львів)

Літвінова О.В. – докт. фарм. наук, проф., проф. кафедри управління, економіки та забезпечення якості у фармації Національного фармацевтичного університету (м. Харків)

Мусоєв С.М. – докт. фарм. наук, проф., зав. кафедрою фармації Таджикського національного університету (Таджикістан)

Трохимчук В.В. - докт. фарм. наук, проф., проф. кафедри організації та економіки фармації Національної медичної академії післядипломної освіти імені П.Л. Шупика (м. Київ)

Шматенко О.П. - докт. фарм. наук, проф., нач. каф. військової фармації Української військово-медичної академії (м. Київ)

ЗМІСТ

СТАТТІ	
<p>Бабічева Г. С., Жадько С. В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Вивчення маркетингових інформаційних потоків в діяльності аптечних мереж</p>	14
<p>Довгань Т.І., Юзькевич Ю.О., Смерічевська С.В. <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Трансформація моделі управління глобальними ланцюгами постачання в умовах впливу COVID-19</p>	24
<p>Ковальський С.В., Гриценко С.І. <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Управління логістичною діяльністю підприємств економічного кластеру</p>	33
<p>Кралін М., Сагайдак-Нікітюк Р. В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Використання дронів в соціальній роботі: необхідність та перспективи</p>	43
<p>Кричковська А. М., Венгрин Н. М., Заярнюк Н. Л., Хоменко А. І., Лопатинська О.І. <i>Національний університет «Львівська політехніка», кафедра технології біологічно активних сполук, фармації та біотехнології, м. Львів</i> Український фармацевтичний ринок: порівняльний аналіз конкурентоспроможності у розрізі світових тенденцій</p>	48
<p>Кришталь С.В., Гриценко С.І. <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Перспективи «зелених» технологій в логістичній діяльності підприємств України</p>	61
ТЕЗИ	
Секція 1 Сучасні механізми активізації соціально-економічного розвитку і підвищення конкурентоспроможності на рівні галузі, регіону, підприємства	
<p>Баєва О. І.¹, Васильченко О. О.², Ісакова О. І.² ¹ <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> ² <i>Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного, м. Мелітополь</i> Людський капітал в економічній науці</p>	71
<p>Гладкова О.В., Дашутіна І.Ф. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Конкурентні переваги діяльності національних фармацевтичних компаній</p>	74

Гладкова О.В., Бондаренко Ю.А. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Теоретичні аспекти формування системи управління конкурентоспроможністю фармацевтичних компаній	77
Корнієнко О.М., Степанюк В.Р., Корнієнко В.В. <i>Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького</i> <i>Львівський національний університет імені Івана Франка</i> Особливості інфраструктури аптечних закладів Львівської області в розрізі новостворених територіальних громад	80
Крипуна S., Kyslova V., Savchenko L. <i>National Aviation University, Kyiv</i> Environmental aspects of the use of sea transport	82
Носуліч П. В., Братішко Ю. С. <i>Медичний центр «Добробут», м. Київ</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Соціальний репортинг у фармації	86
Попова І.А., Пруднікова О.Г. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Обґрунтування розвитку аптечних закладів в сільській місцевості	89
Секція 2 Актуальні проблеми реформування системи охорони здоров'я в Україні	
Гладкова О.В., Семиренко А.В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Фінансове планування в закладах охорони здоров'я	92
Добриця Я.В.¹, Посилкіна О.В.² <i>¹Харківський національний медичний університет</i> <i>²Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Побудова системи управління якістю медичної допомоги в закладах охорони здоров'я	95
Зубкова Д.О.¹, Посилкіна О.В.² <i>¹Харківський національний медичний університет</i> <i>²Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Обґрунтуванням вибору методу мотивації праці лікарів у закладах охорони здоров'я різних форм власності	98
Коваленко С.М. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Розробка пропозицій щодо розвитку державної освітньої політики в сфері громадського здоров'я	101
Костенко С.М. <i>ТОВ «Клініка Довіра», м. Дніпро</i> Формування інноваційно-інвестиційної стратегії приватного закладу охорони здоров'я	103

Кутова Н. М., Братішко Ю. С. <i>Медичний центр «Добробут», м. Київ</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Посадові обов'язки менеджера із соціальної відповідальності	106
Мамедова А.А. <i>ТОВ «Клініка Довіра», м. Дніпро</i> Формування конкурентної стратегії закладу охорони здоров'я	109
Пастух В.В. <i>КНП «Міська клінічна лікарня швидкої та невідкладної медичної допомоги ім. проф. О.І. Мецанінова» ХМР, м. Харків</i> Практичні аспекти контролінгу за ходом реформ у закладах охорони здоров'я	112
Рев'яцький І.Ю. <i>Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького, м. Львів</i> Тенденції впровадження міжнародного стандарту простежуваності лікарських препаратів та медичної продукції в Україні	114
Суворов М.О., Котвіцька А.А., Посилкіна О.В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Наукові підходи до оцінювання діяльності регуляторних органів у фармації	116
Тиха О. В., Деренська Я. М. <i>Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я України, м. Харків</i> Розвиток соціально орієнтованого управління проєктною діяльністю закладів охорони здоров'я	119
Секція 3 Перспективи подальшої інтеграції менеджменту, маркетингу та логістики	
Lesia Kostiuhenko, Diana Soloviova <i>National Aviation University, Kyiv</i> Research of the dynamics of traffic flows in Ukraine in a pandemic	122
Алекперова Н.В., Сахнацька Н.М. <i>Національний медичний університет імені О.О. Богомольця, м. Київ</i> Використання CRM-системи як клієнтоорієнтованого інструменту холістичного маркетингу для сталого розвитку аптечного закладу	125
Білоус М. В. <i>Українська військово-медична академія, м. Київ</i> Доцільність застосування аналітичних інструментів для підтримки прийняття управлінських рішень щодо організації логістичного забезпечення медичним майном Збройних Сил України	128
Бондарєва І.В., Тур В.Р. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Маркетинговий аналіз ринку лікарських препаратів, які застосовуються у терапії вегетосудинної дистонії у дітей	130

<i>Гриценко С.І., Демус А.О., Чигирик І.Г.</i> <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Формування професійних компетентностей фахівців з логістики	131
<i>Колісниченко А.В., Гриценко С.І.</i> <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Управління логістичними бізнес-процесами в умовах діджиталізації	134
<i>Костюченко Л.В., Поліщук А.В., Коцюба Д.О.</i> <i>Національний Авіаційний університет, м. Київ</i> Оцінка ефективності управління асортиментом окремих груп товарів у торговельній мережі	137
<i>Лісна А.Г., Посилкіна О.В.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Основні вимоги до нормативно-правового забезпечення у сфері якості функціонування холодових ланцюгів постачання біофармацевтичних препаратів	141
<i>Літвінчук Ю.А.</i> <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Основні проблеми складської логістики	144
<i>Чегринець А.А., Бондарєва І.В., Семчук Є.О.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Маркетингові дослідження ринку антигельмінтних лікарських засобів	148
¹ <i>Шийко Б.Л.,</i> ² <i>Лісна А.Г.</i> ¹ <i>ПАТ НВЦ “БОРЩАГІВСЬКИЙ ХФЗ”, м. Київ</i> ² <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Напрями удосконалення логістичної системи фармацевтичної компанії	149
<i>Шуть О.Ю., Гонгало Ю.Й.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Актуальні питання розробки логістичної стратегії сучасної компанії	152
<i>Яковенко В.В., Гриценко С.І.</i> <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Застосування маркетингово-логістичних підходів у медичній сфері	154
Секція 4 Тенденції та перспективи удосконалення та розвитку управління якістю	
<i>Альбінська О.В.*,</i> <i>Крутських Т.В.**</i> <i>*ТОВ «НПО БІОТЕХІНВЕСТ», м. Київ</i> <i>**Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Розробка технологічної інжинірингової документації для проекту реконструкції “Караванського заводу кормових дріжджів”	157

<p>Єлфімов В.Л. *, Крутських Т.В. ** *Науково-виробниче підприємство «НІР», м. Київ **Національний фармацевтичний університет, м. Харків Визначення результативності системи управління якістю фармацевтичного підприємства</p>	159
<p>Загорська О.Ф. *, Крутських Т.В. ** * ТОВ «Фармекс Груп», м. Київ **Національний фармацевтичний університет, м. Харків Організація діяльності з кваліфікації чистих приміщень мікробіологічним методом</p>	163
<p>Ісаєнко Р.М. *, Коваленко С.М. ** *Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками, м. Київ **Національний фармацевтичний університет, м. Харків Розробка заходів щодо розвитку системи регулювання у сферах контролю якості та безпеки лікарських засобів в Україні</p>	164
<p>Ковтун Є.Ю., Ткаченко О.В. Національний фармацевтичний університет, м. Харків Актуальність методології Кайдзен для довгострокового розвитку підприємства</p>	166
<p>Лазурко В. І. , Коваленко С. М. Національний фармацевтичний університет, м. Харків Основні аспекти проведення оцінки компетентності аудиторів</p>	169
<p>Лебедь С. О., Немченко А. С. Національний фармацевтичний університет, м. Харків Необхідність активної участі Держлікслужби в роботі ICMRA як важливий елемент боротьби з поширенням фальсифікованих лікарських засобів</p>	171
<p>Майборода О.С. *, Крутських Т.В. ** *ТОВ «Окс Україна» **Національний фармацевтичний університет Підготовка та сертифікація виробництва за системою НССР на прикладі фармацевтичного виробництва</p>	174
<p>Недашківська В.В. *, Гордієнко О.І. **, Коваленко С.М. *** * ДУ «Інститут фармакології та токсикології НАМН України», Київ ** «Державний науково-контрольний інститут біотехнології і штамів мікроорганізмів (ДНКІБШМ)», Київ *** Національний фармацевтичний університет, м. Харків Проблеми стандартизації мікробіологічних досліджень</p>	176
<p>Несененко О.О. ТОВ «МНВО «БІОКОН», м. Харків Актуальність впровадження системи менеджменту якості у косметичних компаніях</p>	178

<i>Солом'яна Н.С., Коваленко С. М.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Вдосконалення процесів обслуговування споживачів аптечних закладів	180
<i>Цуприк О.С., Коваленко С. М.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Налагодження взаємодії з постачальниками як фактор удосконалення діяльності організацій	182
<i>Шпичак О.С., Андрюкова Л.М., Фетісова О.Г., Симоненко Н.А.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Огляд змін щодо державної реєстрації лікарських засобів у нормативних документах в Україні	184
Секція 5 Актуальні проблеми та перспективи розвитку фармакоеконімічних досліджень	
<i>Гриньків Я.О.</i> <i>Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького</i> Вартість фармакотерапії мігренозного головного болю препаратами ризатриптану	187
<i>Матвійчук М.Є.</i> <i>Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького</i> Аналіз вартості флуоксетину лікування депресії у жінок в пренатальному і післяпологовому періодах	189
<i>Ткачова О.В., Діденко К.В.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, Харків</i> Порівняльний аналіз наявності діуретичних засобів у нормативних медико-технологічних документах	192
¹ <i>Яковлева Л.В.,</i> ² <i>Романенко І.М.</i> ¹ <i>Національний фармацевтичний університет, Харків</i> ² <i>Державний експертний центр МОЗ України, Київ</i> Аналіз асортименту антибіотиків системної дії на фармацевтичному ринку України у 2021 році	194
Секція 6 Актуальні проблеми інноваційної діяльності вітчизняних підприємств (організацій)	
¹ <i>Аксьонова О. А.,</i> ² <i>Зборовська Т. В.,</i> ² <i>Крутських Т. В.</i> ¹ <i>ТОВ "ФК "Здоров'я", м. Харків</i> ² <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Регламентация діяльності щодо забезпечення безперервності бізнесу на фармацевтичному підприємстві	198
¹ <i>Дерментлі О.О.,</i> ² <i>Літвінова О.В.</i> ¹ <i>ТОВ "Беркана+", м. Харків</i> ² <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i>	201

Науково-практичні підходи щодо побудови системи оцінки інтелектуального капіталу фармацевтичного підприємства	
<i>Lesia Kostiuhenko, Mariia Ochichenko</i> <i>National Aviation University, Kyiv</i> The Implementation of Artificial Intelligence and Machine Learning Technologies for Aviation Infrastructure	203
<i>Павлов О.Д.¹, Літвінова О.В.²</i> <i>¹КНП «Міська клінічна лікарня швидкої та невідкладної медичної допомоги ім. проф. О.І. Мещанінова» ХМР, м. Харків</i> <i>²Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Особливості інноваційної діяльності при створенні лікарських засобів, призначених для лікування соціально загрозливих захворювань	206
<i>¹Самборський О. С., Слободянюк М. М., Рогуля О. Ю.</i> <i>¹Івано-Франківський національний медичний університет</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Теоретико-прикладні аспекти взаємодії закладів вищої освіти та суб'єктів господарювання у сфері наукових досліджень	208
Секція 7 Стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності фармацевтичних підприємств (організацій)	
<i>Бондарєва І.В., Бігвава Ц.Б.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Дослідження системи мотивації співробітників аптечних мереж	211
<i>Бондарєва І.В., Герасимова О.А., Шапошник Т.Ю.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Маркетингове обґрунтування підвищення конкурентоспроможності аптечної мережі	212
<i>Конопля І.О., Карпенко Л.А.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Вивчення соціально-організаційних механізмів підвищення конкурентоспроможності аптечного закладу	213
<i>Креміль Ю.І., Громовик Б.П.</i> <i>Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького</i> Фармацевтичні фахівці про частоту використання форм заохочення їхніми роботодавцями: регіональний аспект	215
<i>Малініна Н.Г., Чегринєць А.А.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Рекомендації щодо підвищення ефективності управління персоналом в аптечних закладах	217
<i>Пасєчна Д.С., Посилкіна О.В.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Сучасні інструменти розробки стратегії розвитку фармацевтичної компанії в умовах мінливого середовища	220

Попова І.А., Павлюк К.В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Роботизація аптечних закладів: переваги та недоліки	223
Шуванова О. В., Майборода К. В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Дослідження особливостей підприємницької діяльності на фармацевтичному ринку в Харківській області	226
Шуванова О. В., Юр'єва Н. В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Аналіз застосування методів управління аптечними закладами	227
Якименко В. О., Посилкіна О.В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Удосконалення методичних підходів до діагностування антикризового потенціалу фармацевтичного підприємства	228
Секція 8 Результати наукових досліджень здобувачів вищої освіти	
Бабак І. С., Братішко Ю. С. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Управління інноваційним розвитком компанії	231
Баєва О. І., Хоменко В. С. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Теоретико-методологічні основи формування інституціональної теорії	234
Баєва О. І., Твердохліб А. О. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Теоретичні аспекти трансформаційних процесів в Україні та світі	237
Березняк В. Ю. С., Братішко Ю. С. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Побудова ефективної системи кадрового менеджменту на підприємстві	239
Бондарєва І.В., Самофал В.В., Софронова І.В. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Оцінка організації роботи завідувачів аптек	241
Братішко Ю. С., Полянський Я. Г. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Актуальність створення системи соціально-економічної безпеки в компанії	242
Венгрин Н. М., Кричковська А. М. <i>Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів</i> Конкурентоспроможність та імпортозаміщення на фармацевтичному ринку України	244
Гудзенко О. А., Братішко Ю. С. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Сучасні підходи до визначення сутності та значення самоменеджменту	247

<i>Гур'єв Р.С., Гладкова О.В.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Організаційно-економічний механізм управління конкурентним потенціалом фармацевтичного підприємства	250
<i>Довгань Т.І, Нініч В.З., Смерічевська С.В.</i> <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Стан і тенденції розвитку аутсорсингу в світі	253
<i>Драч М.С., Гриценко С.І.</i> <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> Заходи для популяризації та розвитку екології в Україні	256
<i>Калошина С.С., Лісна А.Г.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Напрями удосконалення управління ресурсним потенціалом фармацевтичного підприємства	258
<i>Ковенько Н.Ф., Ковальчук О.М., Лебедин А.М.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Дослідження нормативної документації зі стандартизації медичної допомоги хворим на бронхіальну астму в Україні	261
<i>Козар Т. В., Деренська Я. М.</i> <i>Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я України, м. Харків</i> Управління ризиками фармацевтичного підприємства	263
<i>Кутова Н.М.</i> <i>Медичний центр «Добробут», м. Київ</i> Удосконалення організаційного забезпечення системи соціальної відповідальності фармацевтичної компанії	266
<i>Луцюк М. В.</i> <i>Науковий керівник: доц. Зборовська Т. В.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, Харків</i> Використання матричного планування при довгостроковому дослідженні стабільності лікарських засобів	268
<i>Малишкіна М. А.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Формування системи ризик-менеджменту фармацевтичної компанії	<u>272</u>
<i>Марчук В. Є., Швець А. В.</i> <i>Національний авіаційний університет, м. Київ</i> «Розумні» контракти як інструмент удосконалення ринку транспортно-логістичних послуг	<u>274</u>
<i>Мішук І.А., Лісна А.Г.</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Процесний підхід до управління як інструмент підвищення ефективності діяльності фармацевтичною компанією	279

Носуліч П.В <i>Медичний центр «Добробут», м. Київ</i> Управління системою соціального репортингу фармацевтичної компанії	282
Оленін В. О., Братішко Ю. С. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Проблеми управління соціально відповідальною діяльністю фармацевтичних компаній	284
Паляниця Х. А. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Побудова алгоритму розробки стратегічного маркетингового плану підприємства	287
Полянський Я.Г. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Напрями формування системи соціально-економічної безпеки на підприємстві	289
Рузевич Л.С., Світлична К.С. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Дослідження підходів до оцінювання діяльності державних службовців	292
Скрильов В.В. <i>Науковий керівник: Крутських Т.В., докт. фарм. наук, професор</i> <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Підходи до сертифікації та стандартизації власних торгових марок в Україні	295
Снесар Г.А., Лісна А.Г. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Стан цифрової логістики на вітчизняному ринку після пандемії	297
Столярчук І.І., Лебедин А.М. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Дослідження розповсюдження очних захворювань серед населення в Україні	300
Тичина В. О., Грушко Д. В., Рогуля О. Ю. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Дослідження управлінських технологій фармацевтичної організації	302
Чухрай І.Л., Голоюк М.В. <i>Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького</i> Сучасний стан ринку лікарських засобів, які застосовуються при біліарній патології	304
Шаласєв Є.Г. <i>Національний фармацевтичний університет, м. Харків</i> Загальна характеристика джерел фінансування закладів охорони здоров'я	306
Проскурня О.М., Ганус Р.О. <i>Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</i> Трансформація вимог до компетенцій персоналу з боку підприємств енергетичної галузі	309

СТАТТІ

УДК 615.12:339.138:004

Бабічева Г. С., Жадько С. В.

Національний фармацевтичний університет

Вивчення маркетингових інформаційних потоків в діяльності аптечних мереж

babicheva.ann5@gmail.com

В умовах загострення конкуренції зростає важливість інформаційного забезпечення маркетингової діяльності аптечних мереж. Робота присвячена дослідженню маркетингових інформаційних потоків аптечних мереж на регіональному фармацевтичному ринку. Авторами висвітлена значимість маркетингової інформації для вирішення маркетингових функцій аптек, проведена оцінка рівня автоматизації аптек, ефективності маркетингової діяльності та забезпеченості фахівців аптек маркетинговою інформацією.

Ключові слова: маркетингова інформація, аптечні мережі, маркетингові функції.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Функціонування фармацевтичного сектора вітчизняної економіки на ринкових засадах об'єктивно вимагає застосування маркетингової концепції управління та сучасних методів планування діяльності фармацевтичних і аптечних підприємств. Рівень достовірності, актуальності та доступності маркетингової інформації впливає на прийняття обґрунтованих рішень стосовно асортиментної, цінової, збутової і комунікативної політики підприємств роздрібного сегменту фармацевтичного ринку [2, 3, 10]. З огляду на це, важливого значення набуває проблема формування ефективної системи інформаційного забезпечення маркетингової діяльності аптечних мережеских структур.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання, пов'язані з використанням маркетингової концепції та маркетингових інформаційних систем в управлінні підприємствами фармацевтичної галузі, широко висвітлені у роботах як зарубіжних, так і вітчизняних науковців [4-7, 8-10].

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Незважаючи на значну кількість наукових робіт, які присвячені вивченню особливостей автоматизації бізнес-процесів та інформаційного забезпечення маркетингової діяльності фармацевтичних підприємств, питання оцінки та оптимізації маркетингових інформаційних потоків в діяльності аптечних мереж висвітлено недостатньо та потребує відповідного наукового обґрунтування.

Мета. Метою роботи є дослідження інформаційних потоків аптечних мереж для вирішення маркетингових функцій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасній економічній літературі не існує єдиного підходу до трактування категорії «маркетингова інформація», науковці по-різному визначають сутність та методологічне значення цього поняття [5, 9]. Узагальнене визначення категорії «маркетингова інформація» поєднує сукупність об'єктивних (статистичні дані, результати маркетингових досліджень) і суб'єктивних (оцінки, думки, чутки) відомостей, необхідних для аналізу маркетингового середовища, ринку, товарів, споживачів, а також прийняття маркетингових рішень і розробки маркетингових планів [2, 4, 8].

Ефективність роботи та конкурентоспроможність підприємств фармацевтичного профілю в значній мірі залежить від якості та повноти інформації за всіма напрямками маркетингової діяльності. Зокрема, керівникам аптечних мереж необхідно мати повну своєчасну інформацію про кон'юнктуру ринку, інноваційні досягнення у сфері створення нових лікарських засобів (ЛЗ), вітчизняних і зарубіжних постачальників ліків, рівень конкуренції тощо [1, 3].

У табл. 1 наведені узагальнені принципи формування, особливості, цінність та основні вимоги до маркетингових інформаційних потоків.

Таблиця 1

Значення та особливості маркетингової інформації в діяльності підприємств фармацевтичної галузі

Цінність маркетингової інформації	Основні принципи формування	Вимоги до інформації
<p>Маркетингова інформація дозволяє:</p> <ul style="list-style-type: none"> • збільшити конкурентні переваги на фармацевтичному ринку; • виводити нові ЛЗ на ринок, уникаючи ризиків та небезпек; • визначати зміни зовнішнього середовища; • виявляти ставлення споживачів до товарів та фірми; • оцінювати діяльність та координувати існуючу стратегію фармацевтичної фірми; • підвищити довіру споживачів до реклами, товарів або послуг; • зміцнити імідж компанії; • підвищити ефективність роботи фармацевтичного підприємства. 	<ul style="list-style-type: none"> • актуальність (у сучасних комерційних базах даних інформація оновлюється щодня); • достовірність; • точність; • цінність; • релевантність даних; • повнота відображення; • цілеспрямованість даних; • узгодженість та інформаційна єдність 	<ul style="list-style-type: none"> • об'єктивність (правдивість, адекватність реальній ситуації в маркетинговому середовищі); • достатність; • оперативність (своєчасне її подання і відповідна обробка); • інформація має бути систематизована і зручна для використання керівниками фармацевтичних підприємств.

Сучасні автоматизовані маркетингові інформаційні системи, які останнім часом активно впроваджують аптечні мережі, дозволяють реалізувати вище зазначені принципи отримання, систематизації та обробки інформаційних потоків.

Під час організації системи інформаційно-аналітичного забезпечення аптечного підприємства може бути використаний підхід з позиції визначення маркетингових функцій. Виходячи із загальної методології маркетингу як ринкової концепції управління і збуту, виділяють чотири групи маркетингових функцій: аналітичну, виробничу, збутову та функцію управління і контролю [6, 7]. Знання та ефективне використання маркетингових функцій на практиці дає важливу та актуальну інформацію про можливі напрямки розвитку аптечного бізнесу, допомагає вибрати правильну стратегію та зайняти міцні позиції у конкурентному середовищі.

З метою вивчення маркетингових інформаційних потоків в діяльності аптечних підприємств проведено анкетування керівників та фахівців аптек однієї з крупних аптечних мереж у м. Харків і Харківській області. Перш за все, досліджено ставлення працівників аптек до рівня автоматизації бізнес-процесів, а також проаналізовано залежність ефективності маркетингової діяльності від рівня автоматизації кожної аптеки. Більшість респондентів (95 %) вважають, що автоматизація бізнес-процесів важлива для розвитку маркетингової діяльності аптеки.

За результатами встановлено перелік програм, які використовуються для вирішення маркетингових завдань у досліджуваних аптеках (рис. 1). Більшість респондентів користуються стандартними наборами програм Libre Office Calc, Microsoft Office і фаховою програмою «1С: Аптека» (45; 25 і 30 % відповідно).

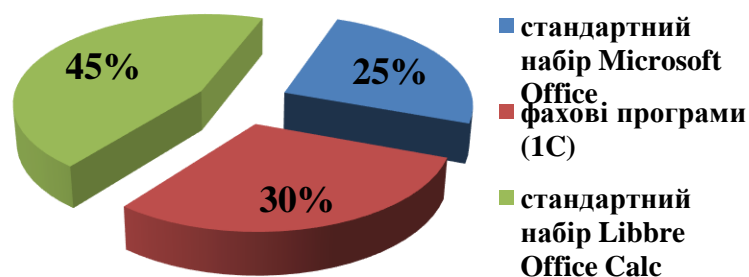


Рис. 1. Перелік комп'ютерних програм в аптеках досліджуваної мережі

На наступному етапі дослідження респонденти оцінювали за 5-ти бальною шкалою рівень власного інформаційного забезпечення, а також ступінь автоматизації й комп'ютеризації аптек, де 1 бал — незадовільний рівень, 5 балів — дуже високий рівень (рис. 2). Як видно з рис. 2, більшість опитуваних оцінюють інформаційне забезпечення й автоматизацію аптек, в яких працюють, на рівні 4 та 5 балів, і значення цих показників часто співпадають між собою. Проте майже чверть респондентів оцінюють досліджувані параметри на достатньо низькому рівні (2–3 бали).

Для забезпечення оперативного обміну інформацією, зокрема, електронними документами у досліджуваній аптечній мережі функціонує поштовий сервер **Zimbra Collaboration Suite**. Цей програмний продукт інтегрує в одному пакеті все, що необхідно для комунікаційної інфраструктури будь-якого розміру: поштовий сервер,

чат з відео, систему аутентифікації, бази даних, антивірус і антиспам. Zimbra містить у собі також сервіс миттєвого обміну повідомленнями (Jabber), календар з можливістю планування подій, систему управління контактами, систему обміну документами з повноцінним редактором Zimbra Document.

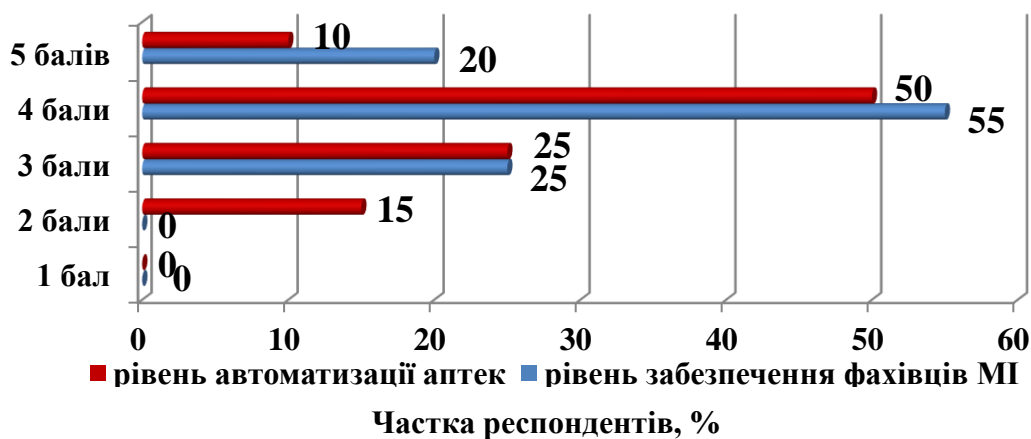


Рис. 2. Розподіл оцінок респондентів щодо рівня автоматизації аптек та забезпечення фахівців маркетинговою інформацією

У процесі анкетування співробітникам аптек також було запропоновано зазначити Інтернет-ресурси, якими вони найчастіше користуються в повсякденній діяльності. Респондентами були відмічені такі найбільш популярні інформаційно-пошукові платформи, як arteka24.ua (45 %), tabletki.ua (25 %), liki24.com (20 %), на яких фахівці мають змогу обробляти Інтернет-замовлення споживачів.

Актуальним було розглянути важливість джерел маркетингової інформації для співробітників аптек компанії. Респонденти мали змогу оцінити кожне запропоноване джерело за 10-ти бальною шкалою. Як видно з рис. 3, найбільшим попитом у фахівців користуються державні реєстри, звіти та бази даних щодо (8,1 балів), вказівки виробників та постачальників фармацевтичної продукції (7,95 балів), а також внутрішня інформаційна база аптечної мережі (7,85 балів). Співробітники досліджуваних аптек довіряють здебільшого тим джерелам

маркетингової інформації, до яких найчастіше звертаються та якими зазвичай керуються при відпуску товарів аптечного асортименту.



Рис. 3. Найбільш важливі та популярні джерела маркетингової інформації для працівників досліджуваної аптечної мережі

Доступна, своєчасна, достовірна та актуальна маркетингова інформація сприяє забезпеченню належного рівня функціонування аптечного підприємства. Отже, наступні дослідження були спрямовані на оцінку рівня вирішення маркетингових функцій у досліджуваних аптеках. За даними відповідей респондентів встановлено, що контроль ефективності маркетингової діяльності мережі найчастіше проводиться за показниками збільшення товарообігу (40 %), шляхом зіставлення економічного ефекту і витрат (25 %) та за критерієм досягнення поставленої мети (20 %).

У процесі анкетування працівники аптек надали оцінку ефективності маркетингової діяльності компанії (рис. 4).

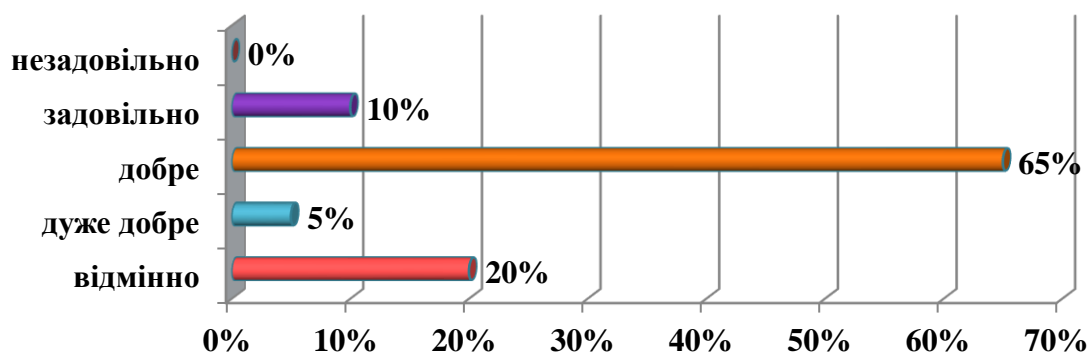


Рис. 4. Розподіл оцінок респондентів щодо ефективності маркетингової діяльності мережі

Встановлено, що 65 % респондентів оцінили ефективність маркетингових заходів на рівні «добре», 20% співробітників вважають її відмінною та на думку 10 % — ефективність маркетингу на задовільному рівні.

На заключному етапі дослідження за результатами анкетування було виявлено, за якими складовими комплексу маркетингу не вистачає маркетингової інформації в даній компанії для прийняття раціональних управлінських рішень (рис. 5).



Рис. 5. Напрямки маркетингової діяльності, за якими респонденти відчують нестачу маркетингової інформації

На думку 35 % опитаних, бракує маркетингової інформації за напрямками цінової політики аптечної мережі, а саме в процесі встановлення конкурентних цін та вчасної переоцінки товарів. На другому місці (30 %) виявилось дослідження внутрішнього середовища аптеки — ймовірно, це пов'язано з відсутністю на фірмі SWOT-аналізу (виявлення сильних та слабких сторін компанії, оцінка загроз та можливостей). Також недостатній рівень інформаційного забезпечення, на думку респондентів, спостерігається за окремими маркетинговими завданнями, пов'язаними зі збутовою політикою, аудитом, комунікативною та асортиментною політикою.

Отже, у досліджуваній мережі активно використовуються сучасні інформаційні технології для створення конкурентного маркетингового інформаційного середовища, проте в деяких аптеках виявлені недоліки програмного забезпечення. Більшість маркетингових завдань у досліджуваних

аптеках вирішуються достатньо якісно на належному рівні, проте є напрямки, за якими залишаються нереалізовані окремі складові комплексу маркетингу. Серед основних причин невирішеності окремих маркетингових функцій респонденти відмітили недостатню увагу до важливості цих завдань та відсутність маркетингової інформації, що склали 30 % і 25 % відповідно. Майже 90 % респондентів вважають, що ефективність вирішення маркетингових завдань може значно підвищитись при удосконаленні маркетингової інформаційної системи в аптечній мережі.

ВИСНОВКИ

Керівництву аптечної мережі слід приділяти більше уваги питанням оцінки ефективності вирішення завдань за складовими комплексу маркетингу в кожній аптеці, враховуючи інформаційне середовище компанії. Своєчасне виявлення потреб співробітників у маркетинговій інформації сприятиме підвищенню ефективності й результативності бізнес-процесів. Основним напрямком вирішення вищезазначених проблем є оптимізація інформаційно-технологічного забезпечення аптечної мережі, тобто впровадження сучасних технологій, що ґрунтуються на використанні програмних продуктів та електронних засобів комунікації.

ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У подальших дослідженнях доцільно провести аналіз сучасного програмного забезпечення для вирішення маркетингових функцій аптечних мереж.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Автоматизация и полное информационное обеспечение аптеки. URL: <https://www.apteka.ua/article/52518>.
2. Горюнов С. С., Гавриленко С. А. Роль маркетинговой информации в комплексном изучении товарного рынка. *Молодой ученый*. 2017. № 11 (145). С. 198–200.
3. Капуста Ю. Б. Проблемы автоматизации в аптечном бизнесе и пути их решения. *Ефективна економіка*. 2013. №10. С. 56–62.

4. Крижко О. В., Дарчук В. Г. Інформаційні системи в маркетинговій діяльності. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. № 4. С. 113–120.
5. Мнушко З. М. Маркетингова інформаційна система. Фармацевтична енциклопедія. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/1326/marketingova-informacijna-sistema>.
6. Мнушко З. М., Діхтярьова Н. М. Менеджмент та маркетингу у фармації. Ч. II. Маркетинг у фармації : підруч. для студ. ВНЗ. – 2-ге вид., доп. та перероб.; за ред. З. М. Мнушко, Харків : НФаУ : Золоті сторінки, 2010. 512 с.
7. Пестун І. В., Бабічева Г. С., Мнушко З. М. Інструктивно-методичні рекомендації з підвищення ефективності вирішення маркетингових функцій аптечних мереж: метод. рек. Харків : Вид-во НФаУ, 2010. 23 с.
8. Сидорук М. В., Романова Ю. О. Етапи створення автоматизованої інформаційної системи для мережі аптечних підприємств. *Вісник ХНТУ*. 2017. № 4(63). С. 188–192.
9. Фагітов Р. И. Технологии бизнеса : построение многофункциональной маркетинговой системы на рынке лекарственных средств. *Экономический вестник фармации*. 2013. №10. С. 33–38.
10. Gurmeet Singh Saini, Dr. Sushil Sharma. Importance of Marketing Information system in Pharmaceutical Decision Making. *International Journal of Management, Technology And Engineering*. URL:<http://ijamtes.org/gallery/269-feb2019.pdf>.

REFERENCES

1. Avtomatizaciya i polnoe informacionnoe obespechenie apteki. Available at: <https://www.apteka.ua/article/52518>.
2. Goryunov S. S., Gavrilenko S. A. (2017). *Molodoj uchenyj*, 11 (145), 198–200.
3. Kapusta YU. B. (2013). *Efektivna ekonomika*, 10, 56–62.
4. Krizhko O. V., Darchuk V. G. (2016). *Ekonomika. Menedzhment. Biznes*, 4, 113–120.
5. Mnushko Z. M. Marketingova informacijna sistema. Farmaceutichna enciklopediya. Available at: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/1326/marketingova-informacijna-sistema>.
6. Mnushko Z. M., Dihtyar'ova N. M. (2010). *Menedzhment ta marketingu u farmacii*. CH. II. Marketing u farmacii. Harkiv, 512.

7. Pestun I. V., Babicheva G. S., Mnushko Z. M. (2010). Instruktivno-metodichni rekomendacii z pidvishchennya effektivnosti virishennya marketingovih funkcij aptechnih merezh. Harkiv, 23.
8. Sidoruk M. V., Romanova YU. O. (2017). *Visnik HNTU*, 4(63), 188–192.
9. Fagitov R. I. (2013). *Ekonomicheskij vestnik farmacii*, 10, 33–38.
10. Gurmeet Singh Saini, Dr. Sushil Sharma. *International Journal of Management, Technology And Engineering*. Available at: <http://ijamtes.org/gallery/269-feb2019.pdf>.

Study of marketing information flows in the activities of pharmacy chains

G. S. Babicheva, S. V. Zhadko

In conditions of intensifying competition, the importance of information support for marketing activities of pharmacy chains is growing. This work is devoted to the study of marketing information flows of pharmacy chains in the regional pharmaceutical market. The authors highlighted the importance of marketing information for solving the marketing functions of pharmacies, assessed the level of automation of pharmacies, the effectiveness of marketing activities and the provision of marketing information to pharmacy professionals.

Key words: marketing information, pharmacy chains, marketing functions.

Изучение маркетинговых информационных потоков в деятельности аптечных сетей

Г. С. Бабичева, С. В. Жадько

В условиях обострения конкуренции возрастает значимость информационного обеспечения маркетинговой деятельности аптечных сетей. Данная работа посвящена исследованию маркетинговых информационных потоков аптечных сетей на региональном фармацевтическом рынке. Авторами освещена значимость маркетинговой информации для решения маркетинговых функций аптек, проведена оценка уровня автоматизации аптек, эффективности маркетинговой деятельности и обеспеченности специалистов аптек маркетинговой информацией.

Ключевые слова: маркетинговая информация, аптечные сети, маркетинговые функции.

УДК 658.8+339.1:339.9

Довгань Т.І., Юзькевич Ю.О., Смерічевська С.В.

Національний авіаційний університет, м. Київ

Трансформація моделі управління глобальними ланцюгами постачання в умовах впливу COVID-19

smerichevska.s@gmail.com

Внаслідок розпалу пандемії виявлено ключові недоліки в управлінні ланцюгами постачань: недиверсифікованість; нестабільність організації логістичної діяльності; розтягнутість ланцюгів постачань; відсутність гнучкості та єдиного інформаційного простору для всіх ділянок глобальних логістичних мереж. Досліджено особливості й тенденції розвитку глобальних ланцюгів постачання. Визначено напрями трансформації логістичних мереж в епоху посткоронавірусу в результаті активізації впровадження цифрових технологій та електронної комерції, реконфігурації глобальних ланцюгів.

Ключові слова: управління ланцюгами постачання; логістичні мережі, COVID-19, тенденції змін, трансформація, глобалізація, цифрові технології.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Світова економіка мала тенденцію до глобалізації, що сприяло формуванню й розвитку глобальних ланцюгів постачання. Однак пандемія COVID-19 призвела до безпрецедентної зупинки або уповільнення виробництва практично усіх галузей у всьому світі. А це, у свою чергу, призвело до загрози функціонування глобальних ланцюгів постачання. Значне порушення ланцюгів постачання, що було спричинено COVID-19, вимагає від керівників принципово нових управлінських рішень та використання цифрових можливостей для захисту ланцюгів постачання від майбутніх зривів. Компанії з усіх галузей промисловості подвоюють інвестиції в передові технології - від блокчейна до штучного інтелекту (ШІ), інтелектуальної автоматизації - яка зарекомендувала себе як джерело життя організації [1]. Нині глобальні ланцюги постачання характеризуються складністю і великою кількістю компаній-посередників, що,

за деякими твердженнями, є одним із бар'єрів, який стримує розвиток ланцюгів в умовах пандемії COVID-19.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Пошуку шляхів вдосконалення ланцюгів постачання з кожним роком присвячується все більше й більше досліджень як науковців, так і аналітичних команд. Це пов'язано, насамперед, з усвідомленням важливого факту, що сьогодні конкурують між собою не окремі підприємства, а ланцюги постачання, в які інтегровані ці підприємства [2]. Значну кількість наукових праць присвячено концептуальним засадам, науково-методичним підходам і практичним рекомендаціям щодо вдосконалення управління ланцюгами постачань [1-8]. Як показує аналіз зарубіжних і вітчизняних наукових джерел з проблем логістики та управління ланцюгами постачання, вченими приділено багато уваги обґрунтуванню : організаційної структури управління та конфігурації досконалих ланцюгів постачання [2], ефективності управління логістичними процесами в глобальних ланцюгах постачання [3], логістичної моделі дистрибуції [4,5] та координації взаємовідносин в ланцюгах постачання [3,4,6], раціональної структури каналів збуту продукції [3, 7, 8], ефективної маркетингової політики розподілу в ланцюгах постачання [5, 8].

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Однак, незважаючи на таку пильну увагу до окресленої проблеми з боку вчених, актуальним залишається проведення наукових досліджень у напрямі трансформації глобальних ланцюгів постачань з урахуванням нових викликів і загроз, одним з яких визнано COVID-19. У цьому контексті актуальним залишається визначення вектору трансформації ланцюгів постачання на основі тенденцій структурної перебудови глобальної економіки.

Мета статті полягає в дослідженні особливостей і тенденцій розвитку глобальних ланцюгів постачань; виявленні ключових бар'єрів, які стримують розвиток ланцюгів постачань в умовах пандемії COVID-19; визначенні напрямів трансформації глобальних логістичних мереж в епоху посткоронавірусу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теорія управління ланцюгами постачання постійно розвивається, починаючи з фрагментації і до консолідації в глобальному масштабі, а с часом до переосмислення сутті глобалізації ланцюгів постачання [5] з урахуванням зростаючої діджиталізації світової економіки [6]. В результаті COVID-19, багато країн зіткнулися з введенням локдаунів і збоями в ланцюгах поставок. Уряди всіх країн світу та транснаціональні компанії зрозуміли, наскільки вони залежать від цих мереж - а, отже, уразливі. Зовсім нещодавня тимчасова зупинка руху вантажів через Суецький канал ще більше висвітлила крихкість глобальних ланцюгів постачання. А з іншого боку, зростаюча діджиталізація дозволила компаніям віддалено надавати послуги, як всередині компанії, так і клієнтам і покупцям. Щоб процвітати в цьому невизначеному світі, організаціям необхідно побудувати більш стійкі ланцюги постачання, бо покладатися на традиційні монолітні ланцюгів поставок буде недостатньо. Пандемія COVID-19 також прискорила потреба в діджиталізації ланцюгів постачання. Після COVID вони виглядають помітно інакше, а моделі трансфертного ціноутворення потребують адаптації до нових умов і пошуку нових форм взаємодії між суб'єктами транснаціональних груп. Щоб забезпечити стабільність поставок в майбутньому, важливо диверсифікувати логістичні канали та роботу з постачальниками. Компанії не повинні обмежуватися роботою тільки з прямими постачальниками, вибираючи можливості постачальників другого і третього рівня. Таким прикладом став Apple, опинившись залежним від поставок китайських виробників [5].

Щоб налагодити процес взаємодії з постачальниками можна впроваджувати майданчики і маркетплейси для оперативного обміну замовленнями з контрагентами та автоматизувати закупівельні процеси, роблячи їх прозорими для себе і ділових партнерів.

Поки лідери галузей впроваджують RPA, все ще 54% компаній в світі не перейшли з паперового документообігу на електронний, що призводить до довгої обробки замовлень, відсутності прозорості в ланцюжку поставок і

неоптимальному прийняттю рішень. Автоматизація та роботизація обробки документів знімає з людини рутину і дозволяє налагоджувати прозорі зв'язки з контрагентами [6]. Крім того, це значно скорочує витрати на персонал, зменшує помилки в логістиці та оптимізує процес поставок. Світова криза, спричинена пандемією COVID-19, та її наслідки стали поштовхом небувалої сили для прискорення цифровізації економіки. На рис. 1 представлені основні тенденції змін в управлінні ланцюгами постачання в умовах цифрової економіки. Інвестиції в новітні цифрові технології допомогли компаніям, які зробили ставку саме на ці інвестиції, досягати успіху навіть у складних економічних умовах.



Рис. 1. Тенденції змін в управлінні ланцюгами постачання в умовах цифрової економіки

В табл. 1 наведено рейтинг 25 компаній світу, які за рейтингом дослідницької компанії Gartner, швидко адаптувалися до змін, спричинених COVID-19, та мали в 2020 році кращі ланцюги поставок.

Рейтинг 25 кращих ланцюгів поставок від Gartner за 2020 рік [10]

Місце в рейтингу	Компанія	Зміни у порівнянні з 2019 року
1	Cisco Systems	(+4)
2	Colgate-Palmolive	(-1)
3	Johnson&Johnson	(+5)
4	Schneider Electric	(+7)
5	Nestlé	(-2)
6	PepsiCo	(-2)
7	Alibaba	(+6)
8	Intel	(-2)
9	Inditex	(-7)
10	L'Oréal	(+5)
11	Walmart	(+3)
12	HP Inc.	(-5)
13	Coca Cola Company	(+7)
14	Diageo	(-2)
15	Lenovo	--
16	Nike	(-6)
17	AbbVie	--
18	BMW	(+7)
19	Starbucks	(-10)
20	H&M	(-4)
21	British American Tobacco	--
22	3M	(-5)
23	Reckitt Benckiser	--
24	Biogen	--
25	Kimberly-Clark	--

За результатами 16-го щорічного рейтингу від Gartner за 2020 рік переможцем в побудові кращих ланцюгів поставок визнано компанію Cisco Systems, яка минулого року займала 5-е місце. У рейтинг 2020 роки не потрапили

деякі минулорічні фіналісти: Novo Nordisk, Home Depot, Samsung Electronics, BASF, Adidas і Akzo Nobel. Замість них в Топ-25 увійшли новачки: AbbVie, British American Tobacco, Reckitt Benckiser і Biogen, а Lenovo і Kimberly Clark повернулися після невеликої перерви. У категорії «майстрів» ланцюгів поставок змін не відбулося: за сукупністю заслуг за останні 10 років в неї входять Amazon, Apple, P & G, McDonald's і Unilever [10].

За ствердженнями експертів ланцюжки поставок будуть залишатися якийсь час нестійкими, але нові правила кардинально змінять існуючі процеси і створять більше ініціатив в області цифровізації і автоматизації. Свою роль на ринку зміцнять ті компанії, які швидше проведуть аналіз ланцюгів поставок, знайдуть слабкі місця і способи їх цифровізації [9].

ВИСНОВКИ

Побудова адаптивних ланцюгів поставок нерозривно пов'язана з дотриманням певних принципів, до числа яких насамперед належать гнучкість мережі, цифрова взаємодія, відстеження виробничо-збутової мережі в режимі реального часу, швидке генерування ідей і, нарешті, наявність децентралізованих команд, що самостійно приймають управлінські рішення. Ключовий аспект формування адаптивних ланцюгів поставок полягає в оперативному характері прийнятих рішень. Крім того, використання передових технологій (хмарних платформ, технології 5G, блокчейн, аналізу великих даних та ін.) в якості середовища для взаємодії з постачальниками і партнерами, а також в якості інструменту для здійснення розширеної аналітики значно розширюють можливості компанії та мінімізують її ризики, дозволяючи забезпечити згладжування можливих збоїв в ланцюгах поставок і їх швидке відновлення.

У подальших дослідженнях планується обґрунтувати концептуальні положення й розробити практичні рекомендації щодо трансформації системи управління ланцюгами постачань в умовах цифрової економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Григорак М.Ю. Інтелектуалізація ринку логістичних послуг: концепції, методологія, компетентність : монографія. Київ : Сік Груп Україна, 2017. 516 с.
2. Antoniuk V., Smerichevska S., Remyha Y. Cluster Model of Supply Chains Management and Development of Transport-Logistics Infrastructure // Transportation Management, USA, (2018) Vol 1, No 3, p.441-454
3. Smerichevska S. V., Martynenko O. Improvement of Transport–Logistic Support for Development of Export Potential of Ukraine // Social and Economic Aspects of Education in Modern Society. Proceedings of the XIII International Scientific and Practical Conference (Vol.1, May 25, 2019). RS Global Sp.z O.O. Warsaw, Poland, 2019. P.17-22
4. Harvard Business Review. How-coronavirus-could-impact-the-global-supply-chain-by-mid-march. URL: <https://hbr.org/2020/02/> (дата звернення: 04.10.2021).
5. Крикавський Є.В., Косар Н.С., Чубала А. Маркетингова політика розподілу. 2-ге вид. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. 260 с.
6. Huemer L. Supply Management: Value creation, coordination and positioning in supply relationships. Long Range Planning. 2006. Vol. 39. No. 2. P. 133–153. URL: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2006.04.005>.
7. Баррат К., Уайтхед М. Покупки для бизнеса. Что такое снабжение и управление поставками. Москва : Олимп-Бизнес, 2008. 276 с.
8. Дубовик С.Г., Сигида Н.О., Спесивый Ю.Ю. Управление звеньями поставок предприятий, их сущность и структура. Економіка і суспільство. 2018. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/56.pdf (дата звернення: 04.10.2021).
9. Pandemic on international trade and logistics. URL: <https://www.cepal.org/en/publications/45878-effects-coronavirus-disease-covid-19-pandemic-international-trade-and-logistics> (дата звернення: 05.10.2021).
10. Лучшие цепи поставок в период пандемии: Топ-25 от Gartner - ОТК «ЮниТранс» URL: <https://www.multirail.ru/novosti/novosti-otrasli/314-luchshie-tsepi-postavok-v-period-pandemii-top-25-ot-gartner> (дата звернення: 05.10.2021)

REFERENCES

1. Grigorak M.Yu. (2017). Intellectualization of the logistics services market: concepts, methodology, competence: monograph. Kyiv: Sik Group Ukraine, 516 p.
2. Antoniuk V., Smerichevska S., Remyha Y. (2018) Cluster Model of Supply Chains Management and Development of Transport-Logistics Infrastructure. *Transportation Management. USA. Vol 1, No 3*, p.441-454
3. Smerichevska S. V., Martynenko O. (2019) Improvement of Transport–Logistic Support for Development of Export Potential of Ukraine. *Social and Economic Aspects of Education in Modern Society. Proceedings of the XIII International Scientific and Practical Conference (Vol.1, May 25)*. RS Global Sp.z O.O. Warsaw, Poland. P.17-22
4. Harvard Business Review. URL: <https://hbr.org/2020/02/how-coronavirus-could-impact-the-global-supply-chain-by-mid-march> (accessed: 04.10.2021).
5. Krykavsky EV, Kosar NS, Chubala A. (2012). Marketing distribution policy. 2nd type. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House, 260 p.
6. Huemer L. (2006). Supply Management: Value creation, coordination and positioning in supply relationships. *Long Range Planning. Vol. 39. No. 2*. P. 133–153. URL: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2006.04.005>.
7. Barrat K., Whitehead M. (2008) Shopping for business. What is supply and supply management. Moscow: Olimp-Business. 276 p.
8. Dubovik SG, Sigida NO, Spesivy Yu.Yu. (2018). Management of supply units of enterprises, their essence and structure. *Economy and society*. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/56.pdf (access date: 04.10.2021).
9. Pandemic on international trade and logistics. URL: <https://www.cepal.org/en/publications/45878-effects-coronavirus-disease-covid-19-pandemic-international-trade-and-logistics> (accessed: 05.10.2021).
10. The best supply chains during the pandemic: Top 25 from Gartner - OTK "UniTrans" URL: <https://www.multirail.ru/novosti/novosti-otrasli/314-luchshie-tsepi-postavok-v-period-pandemii-top-25-ot-gartner>

Довгань Т.И., Юзькевич Ю.О., Смеричевская С.В.

Трансформация модели управления глобальными цепочками поставок в условиях влияния COVID-19

Вследствие разгара пандемии выявлены ключевые недостатки цепочек поставок: недиверсифицированность цепей поставок; нестабильность организации логистической деятельности; растянутость цепей поставок; отсутствие гибкости и единого информационного пространства для всех участков глобальных логистических сетей. Исследованы особенности и тенденции развития глобальных цепей поставок. Определены направления трансформации логистических сетей в посткоронавирусную эпоху в результате активизации внедрения цифровых технологий и электронной коммерции; реконфигурация глобальных цепей.

Ключевые слова: управление цепочками поставок; логистические сети, COVID-19, тенденции изменений, трансформация, глобализация, цифровые технологии.

Dovgan T., Yuzkevich Y., Smerichevskaya S.

Transformation of the global supply chain management model under COVID-19 influence

As a result of the pandemic, key shortcomings in supply chain management were identified: non-diversification; instability of the organization of logistic activity; stretched supply chains; lack of flexibility and a single information space for all sections of global logistics networks. Features and tendencies of development of global supply chains are investigated. The directions of transformation of logistics networks in the postcoronavirus epoch as a result of intensification of introduction of digital technologies and e-commerce, reconfiguration of global chains are determined.

Keywords: supply chain management; logistics networks, COVID-19, trends, transformation, globalization, digital technologies.

УДК 334.75:338

Ковальський С.В., Гриценко С.І.

Національний авіаційний університет, м. Київ

Управління логістичною діяльністю підприємств економічного кластеру

sergiy.gritsenko@gmail.com

This paper examines the features and importance of effective logistics management for enterprises, especially enterprises in the logistics cluster. The main trends in the development of modern logistics have been identified. The economic methods of logistic management are investigated. The advantages and disadvantages of cluster economic systems and their importance at the micro and macro levels of the economy are noted. The current trends in the management of the logistics activities of enterprises have been identified. The main factors of the formation of transport and logistics clusters are systematized.

Key words: economic clusters, competitiveness, management, logistics activities.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Впродовж всієї історії розвитку підприємств одним з найважливіших показників завжди залишався показник ефективності функціонування підприємства. Оскільки витрати пов'язані із транспортуванням та зберіганням матеріальних цінностей притаманні будь-якому підприємству і є невід'ємною складовою загальних витрат, то логістичне управління, що відповідає за ці витрати, також має бути максимально ефективним. Також варто зазначити, що важливим є вибір правильної, конкурентоздатної моделі економіки.

Було розроблено багато різних теорій формування і розвитку конкурентоспроможності економіки, але, як показує практика розвитку найбільш успішних фірм і процвітаючих економічних систем, найбільш ефективною формою економічного зростання є теорія кластерного механізму. Тому дана тема є надзвичайно актуальною і затребуваною в наших реаліях.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

На вибір наукових підходів до розв'язання означеної проблеми вплинули роботи вітчизняних та зарубіжних вчених економістів, присвячені дослідженням питань розвитку кластерних утворень. Серед них це: Гурч Л. [1], Євтодієва Т.Е. [2], Акулов М.Г. [3], Портер М. [4], Войнаренко М.П. [5], Гриценко С.І., Таранич А.В. [6, 7].

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Незважаючи на глибину наукових досліджень щодо кластерів, сучасний стан економіки України потребує дослідження питань формування у її складі логістичних кластерних утворень і їх ефективного управління.

Метою дослідження є огляд сучасних методів та тенденцій в управлінні логістичною діяльністю підприємства. Крім того необхідно розглянути як саме ці методи будуть працювати в умовах підприємств економічного кластеру, підкреслити роль ефективного логістичного управління в процвітанні таких підприємств.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасний етап розвитку логістики характеризується створенням великої кількості професійних організацій. Це пов'язано з тим, що мистецтво логістики розвивається настільки стрімко й швидко, що професіоналам приходиться постійно займатися самоосвітою. Застосування логістики значно підвищує продуктивність праці як у сфері обігу, так і у сфері виробництва. [2]

Серед основних тенденцій розвитку сучасної логістики можна виділити наступні вісім. 1. Значно виросла вартість транспортних послуг. Транспорт перестав вважатися стабільним фактором бізнесу, у проблемах логістики, пов'язаних із транспортом, потрібно було здійснювати менеджмент більш високого рівня, причому одночасно як на рівні поточних операцій, так і на рівні політики. 2. Ефективність виробництва досягла максимуму. Стало важко домагатися додаткової економії коштів, оскільки весь прибуток формувався у виробництві. Але фізичний розподіл і логістика були фактично недослідженими

областями з погляду прибутковості й ефективності. 3. Відбулися фундаментальні зміни у філософії товарно-матеріальних запасів. 4. Асортимент товарів істотно розширився. Кількість одиниць обліку запасів росло за експонентним законом, що значно ускладнювало ефективне управління запасами. 5. Відбулися революційні зміни у сфері виробництва комп'ютерів і комунікаційних технологій, що сприяло здійсненню логістичного підходу, побудованого на безлічі облікових елементів і оперуючого великими обсягами даних. 6. Використання комп'ютерів у світі бізнесу постійно розширюється. У багатьох фірм з'явилася можливість систематично вивчати якість сервісу, що їм надають постачальники. Проводячи такого роду аналіз, багато фірм одержали можливість модернізації своїх систем розподілу. 7. Громадськість звернула увагу на проблеми забруднення навколишнього середовища і повторного використання відходів (рециклінг). Ці проблеми пов'язані з логістикою, оскільки мова йде про пакувальні матеріали і про створення каналів повернення відходів для переробки. 8. З'явилися нові, великі мережі роздрібного продажу і торговельні фірми масового продажу з дуже складними логістичними системами. Крім центрів масової торгівлі, з'явилися також мережі великих спеціалізованих магазинів, що процвітають багато в чому завдяки добре відпрацьованим логістичним системам.

Для успішного функціонування економіки в регульованих ринкових відносинах важливе значення мають ті галузі знань, які займаються проблемами ринку, а також проблемами руху продукції від виробників до споживачів. До цих галузей знань слід віднести логістику (логістичні технології).

Всі ланки логістичного ланцюга, починаючи з виробництва сировини, матеріалів, включаючи їхнє перероблення і виготовлення продукції, придатної для задоволення ринкового попиту, і закінчуючи реалізацією і після продажним обслуговуванням цієї продукції, повинні орієнтуватися на потреби кінцевих споживачів.

До економічних методів логістичного управління в умовах насиченого ринку слід віднести, маркетинг, аналіз і планування, комерційний розрахунок,

ринкове ціноутворення, стандарти (положення) бухгалтерського обліку тощо [3]. Економічні методи управління — це сукупність засобів та інструментів, які цілеспрямовано впливають на створення умов для функціонування й розвитку підприємництва.

За результатами наукових досліджень Л. В. Фролової, найбільшою увагою у логістичному управлінні користуються економічні методи, оскільки логістичні відносини є основною складовою ринкових відносин, бо засновані на потребах споживачів. Економічні методи управління логістичними процесами і потоками підприємств здійснюються за допомогою спеціальних важелів інструментів, які використовують власники підприємства, його трудовий колектив і кожний працівник.

Економічні методи логістичного управління можна згрупувати за такими ознаками:

- відповідність логістичним функціям управління, найперше, моніторингу, плануванню, прогнозуванню, аналізу і контролю;
- ринкові механізми господарювання, до яких відносять: маркетинг, конкуренцію, комерційний розрахунок, ринкове ціноутворення, еквівалентність обміну, направленість на задоволення платоспроможного попиту на товари, послуги і трудові ресурси;
- кількісні оцінки, які забезпечуються економіко-статистичними методами, економіко-математичним моделюванням, системним аналізом, дослідженням операцій, прогностикою, кваліметрією, функціонально-вартісним аналізом, методами оцінки рівня обслуговування, контролем і управлінням запасами (ABC, XYZ), управлінням ризиками, оптимізацією діяльності.

Оскільки метою дослідження є саме розгляд проблематики управління логістичною діяльністю підприємств економічного кластера, то варто розглянути їхню специфіку.

Кластерна політика характеризується тим, що центральна увага приділяється зміцненню мереж взаємозв'язків між економічними суб'єктами — учасниками кластера. Тенденції до утворення кластерів найчастіше мають

спільну наукову або виробничу базу, більш того, успішний розвиток кластера може бути гарантований лише за умови, що наукова база дозволяє побудувати кластер не за спеціалізованим, а за диференційованим типом [3].

Кластер, як стійке партнерство взаємозв'язаних підприємств, установ, організацій, окремих осіб, може мати потенціал, який перевищує просту суму потенціалів окремих складових. Цей приріст виникає як результат співпраці і ефективного використання можливостей партнерів на тривалому періоді, поєднання кооперації і конкуренції. Компанії виграють, маючи можливість ділитися позитивним досвідом і знижувати витрати, спільно використовуючи одні і ті ж послуги і постачальників. Постійна взаємодія сприяє формальному і неформальному обміну знаннями, співпраці між організаціями з взаємодоповнюючими активами і професійними навичками. Утворення так званої «критичної маси» компаній в кластері служить стимулом для подальшого залучення в кластер нових компаній, інвестицій, послуг і постачальників, а також підтримує процеси формування власних професійних кадрів [4].

Логістичний інструментарій здатний сприяти виконанню поставлених завдань. Із застосуванням логістики можна найбільш комплексно охопити мікроекономічний рівень у встановленні і оптимізації кооперованих зв'язків. Організація ефективної взаємодії компонентів структури кластера (від виробництва до навчання) входить в коло завдань, що вирішуються за допомогою логістики. Кластерна політика передбачає, що центральна увага в управлінні приділяється зміцненню мереж взаємозв'язків господарюючих суб'єктів - учасників кластера з метою спрощення доступу до нових технологій, розподілу ризиків у різних сферах виробничо-комерційної діяльності, в тому числі при спільному виході на зовнішні ринки, організації спільних науково дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), спільне використання будівель, споруд, прискоренні процесів навчання за рахунок концентрації та фізичних контактів фахівців світового рівня - всі ці процеси останнім часом прийнято називати "єдиним вікном". Особливий резерв ефективності криється в

зниженні трансакційних витрат, а це є не що інше, як оптимізація логістичної системи.

Застосування інструментарію логістики передбачається в кластерах будь-якого типу, безвідносно характеру їх спеціалізації. Його дієвість виявляється за допомогою логістичного забезпечення функціонування кластерної структури - логістичної підтримки кооперованих зв'язків, формування на основі кооперованих та інших господарських зв'язків логістичних ланцюгів. Особливості полягають в тому, що в "нелогістичних" кластерах логістичні принципи і правила працюють на реалізацію ланцюжків доданої вартості; в транспортно-логістичних кластерах, де логістика є основою спеціалізації, господарюючі суб'єкти, складові ядра кластерної структури, виступають безпосередніми учасниками таких ланцюжків [5].

Кластер підприємств може виступати їх галузевою або географічною концентрацією, дозволяє досягти ефекту «зовнішньої економії» за рахунок взаємодії з постачальниками сировини й матеріалів, устаткування, створення групи вузькоспеціалізованих працівників. За допомогою кластеризації можна підсилювати процес спеціалізації і поділу праці між фірмами. У кластер підприємств можуть входити спеціальні агенти для роботи на віддалених ринках, а також можуть виникати спеціальні сектори, такі як об'єднані фінанси, спільне бухгалтерське обслуговування, використання загального технічного оснащення технологічного процесу. Структурні одиниці кластеру переслідують загальні і власні цілі, а збереження цілісності кластерного утворення є можливим через врахування самоорганізаційної природи взаємозв'язків, що передбачає наявність циклів саморегуляції та саморозвитку, які сприяють концентрації кластерних утворень в організаційному і ресурсному плані при формуванні і впровадженні стратегії логістичної діяльності, без зайвих витрат ресурсів на щоденний контроль цілісності і напрямку руху кластеру [6, с. 25, 208].

Основними чинниками формування транспортно-логістичних кластерів є:

1. Наявність конкурентоздатних підприємств транспорту (високий рівень продуктивності праці, прибутковості, вартості корпоративних прав, кваліфікації

кадрів, новий рухомий склад, здійснення міжнародних перевезень, застосування нових інформаційних технологій). 2. Конкуреноспроможність регіону, де розміщений кластер (вигідне географічне положення, зокрема, наявність міжнародних транспортних коридорів, наявність учбових закладів для підготовки високопрофесійних кадрів організацій, які займаються комплексним дослідженням ринку, високий рівень залучення іноземних інвестицій). 3. Територіальна локалізація. Основні учасники кластера розміщені територіально на незначній відстані, критерієм чого може служити високий рівень спеціалізації регіону. 4. Велика чисельність підприємств. 5. Активна взаємодія і взаємозв'язки між учасниками кластера. Ця співпраця можлива між головною компанією і постачальниками, транспортними підприємствами, учбовими закладами, науково-дослідними установами. Якість транспортного обслуговування залежить від правильності підбору рухомого складу, чим займається координаційно-логістичний центр кластера. Крім того, цей центр виконує прогнозування, управління, збір і обробку замовлень, інформаційне забезпечення. За рахунок цього скорочується час простоїв під завантаженням, порожній пробіг, забезпечується надійність перевезень, страхування [7, с. 118-119].

ВИСНОВКИ

Таким чином, кластери є рушійною силою розвитку економіки, і їх по праву можна вважати інноваційними системами прикладного значення, оскільки науково-технічний і соціально-економічний розвиток вимагає концентрації національних ресурсів, а посилення інтелектуального, професійного і організаційного потенціалу країни неможливе у відриві від соціуму і його духовної бази. Саме кластери можуть бути тими імпульсами, які при вдалій концентрації виробництва, його спеціалізації, використанні сучасних досягнень комунікації, координації, кооперації і співпраці допоможуть знайти точки зростання кожного конкретного регіону, забезпечуючи його перемогу в конкурентній боротьбі.

ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Провідною тенденцією сучасного етапу дослідження є глобальні науково-технологічні трансформації транспортно-логістичних українських кластерів щодо європейської асоціації кластерів. Поряд з цим можна говорити про комплексність логістичної послуги як про продукт кластерної інтеграції. Їх існування сприяє підвищенню логістичного та конкурентного потенціалу організацій кластера і території в цілому, створенню ресурсної і процедурної синергії логістичної системи.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Гурч Л. Современное состояние логистики в Украине и кадровые проблемы // Персонал. 2003. № 4-5. С. 94-100.
2. Евтодиева Т.Е. Характерные особенности организационных форм логистики в условиях неэкономии [Текст] / Т.Е. Евтодиева. – Самара : Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2011. 168 с.
3. Акулов М.Г. Кластерні трансформації мезологістичних систем : колективна монографія // Акулов М.Г., Євась Т.В., Помірча О.М., Юрчишена Л. – Вінниця : Нілан-ЛТД, 2013. 440 с.
4. Портер М. Конкуренція. – М.: Видавничий дім "Вільямс", 2005. 608 с.
5. Войнаренко М.П. Механізми адаптації кластерних моделей до політико-економічних реалій України // Світовий та вітчизняний досвід запровадження нових виробничих систем (кластерів) для забезпечення економічного розвитку територій / Матеріали конференції 1-2 листопада 2001р. – Київ: Спілка економістів України, 2001. С.25-33.
6. Гриценко С.І., Таранич А.В. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності кластерних утворень в інформаційній економіці: монографія. ДонНУ. Донецьк, 2010. 227 с.
7. Гриценко С.І. Парадигма інноваційного розвитку економіки України в контексті транспортно-логістичних кластерів: монографія. Innovative development of the economy: global trends and national features. – Collective monograph. – Lithuania: Publishing House «Baltija Publishing», 2018. 716 p. (P. 114-128).

REFERENCES

1. Gurch L. Sovremennoe sostoyany`e logy`sty`ky` v Ukray`ne y` kadrovye problemy // Personal. 2003. # 4-5. S. 94-100.
2. Evtody`eva T.E. Karakterny`e osobennosty` organy`zacy`onny`x form logy`sty`ky` v uslovy`yax neoekonomy`ky` [Tekst] / T.E. Evtody`eva. – Samara : Y`zd-vo Samar. gos. ekon. un-ta, 2011. 168 s.
3. Akulov M.G. Klasterni transformaciyi mezologisty`chny`x sy`stem : kolekty`vna monografiya // Akulov M.G., Yevas` T.V., Pomircha O.M., Yurchy`shena L. – Vinny`cya : Nilan-LTD, 2013. 440 s.
4. Porter M. Konkurenciya. – M.: Vy`davny`chy`j dim "Vil`yams", 2005. 608 s.
5. Vojnarenko M.P. Mexanizmy` adaptaciyi klasterny`x modelej do polity`ko-ekonomichny`x realij Ukrayiny` // Svitovy`j ta vitchy`znyany`j dosvid zaprovadzhennya novy`x vy`robny`chy`x sy`stem (klasteriv) dlya zabezpechennya ekonomichnogo rozvy`tku tery`torij / Materialy` konferenciyi 1-2 ly`stopada 2001r. – Ky`yiv: Spilka ekonomistiv Ukrayiny`, 2001. S.25-33.
6. Gry`cenko S.I., Tarany`ch A.V. Strategiya zovnishn`oekonomichnoyi diyal`nosti klasterny`x utvoren` v informacijnij ekonomici: monografiya. DonNU. Donecz`k, 2010. 227 s.
7. Gry`cenko S.I. Parady`gma innovacijnogo rozvy`tku ekonomiky` Ukrayiny` v konteksti transportno-logisty`chny`x klasteriv: monografiya. Innovative development of the economy: global trends and national features. – Collective monograph. – Lithuania: Publishing House «Baltija Publishing», 2018. 716 p. (P. 114-128).

**Управление логистической деятельностью предприятий
экономического кластера**

С.В. Ковальський, С.И. Гриценко

В данной работе рассматриваются особенности и важность эффективного логистического управления для предприятий, в особенности предприятий логистического кластера. Определены основные тенденции развития современной логистики. Исследованы экономические методы логистического

управления. Отмечены преимущества и недостатки кластерных экономических систем и их значение на микро - и макроуровнях экономики. Идентифицированы современные тенденции в управлении логистической деятельностью предприятий. Систематизированы основные факторы формирования транспортно-логистических кластеров.

Ключевые слова: экономические кластеры, конкурентоспособность, управление, логистическая деятельность.

УДК 65:364

Кралін М., Сагайдак-Нікітюк Р. В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Використання дронів в соціальній роботі: необхідність та перспективи

nikkrimki@gmail.com

The basic prerequisites for the use of drones are studied. The areas of use of drones are investigated. The advantages and disadvantages of cargo delivery by drones are analyzed.

Keywords: transportation, drone, social work, pandemic.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток суспільства та зміни в його ціннісних орієнтаціях супроводжуються актуалізацією проблем соціального характеру. Це потребує впровадження нетрадиційних підходів до забезпечення населення соціальною допомогою, формування новітніх соціальних технологій та використання інноваційних методів у соціальній роботі.

Важливо відзначити, що приділення уваги держави інтерес до людей з особливим соціальним статусом з кожним роком зростає, особливо ця тенденція характерна для розвинених країн.

Велика увага наукових розробок приділяється оптимальній доставці необхідного вантажу в мінімальний термін, що дозволяє забезпечити надання швидкої та невідкладної допомоги людям, які її потребують та дозволяють знизити вплив зовнішніх факторів на їх здоров'я.

Доставка посилок безпілотниками – це відносно нова ніша в різних сферах життя людини загалом, але, при цьому, слід зазначити, що соціальна сфера ще не використовує в своїй діяльності ці прилади.

Дрони сьогодні на 90 % не вимагають контролю людини. Весь політ, зліт і посадка, відбуваються дистанційно шляхом певного програмного забезпечення. Можна констатувати, що дрони є апаратами, які вміють літати самостійно.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

На думку експертів, дрони надають нові можливості для швидкого і вигідного в економічному аспекті переміщення малогабаритних і маловагових вантажів, зокрема: кореспонденції, лікарських препаратів тощо.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

З огляду на вищевказане, вивчення можливостей застосування дронів для переміщення малогабаритних вантажів для соціальної допомоги населенню з особливим соціальним статусом в реальному просторі є вкрай актуальним для України.

МЕТА ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є вивчення можливостей застосування дронів для доставки малогабаритних вантажів людям з особливим соціальним статусом у реальному часі й просторі.

МАТЕРІАЛИ І МЕТОДИ ВИКОНАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретична та методологічна основа дослідження складається в аналізованні наукових праць вітчизняних та зарубіжних науковців та Інтернет-ресурсів, відбір з досліджуваної проблематики корисної інформації щодо використання дронів у сучасному житті.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Основними передумовами використання дронів, на наш погляд, є:

- можливість зниження витрат внаслідок виключення транспортної доставки;
- мінімізація впливу людського фактору;
- прискорення процесу доставки вантажу замовнику.

Ідея надання транспортних послуг з використанням дронів досить проста. Будь-який негабаритний вантаж прикріплюється до корпусу дрона і переміщається по повітрю замовнику, замість звичного кур'єра на вантажному або громадському транспорті. Це значно прискорює процес безпосередньої

доставки, на який абсолютно не впливає перевантаженість трафіку у великих містах [1-3].

Застосовувати запропоновану послугу також вкрай вигідно і перспективно в малонаселених або важкодоступних місцях.

Доставка товарів дронами має безліч переваг. Проте існує і низка недоліків, без вирішення яких навряд чи таке рішення здатне стати масовим.

До основних переваг такого способу доставки вантажів відносять:

- складний рельєф місцевості не є для дронів проблемою. Дрони долають будь-який рельєф відносно легко, що в багатьох випадках дозволяє суттєво скоротити маршрут, прискоривши час доставки;

- незалежність від обмежень транспортної інфраструктури. Наприклад, розбита дорога або її відсутність у сільській місцевості негативно впливають на пересування наземного транспорту;

- висока швидкість доставки забезпечується зокрема і незалежністю від ситуації на дорозі (пробки, аварії та інші можливі проблеми);

- можливість вертикальної посадки, що дозволяє забезпечувати дуже високу точність доставки завдяки GPS-датчику;

- мінімальний негативний вплив на навколишнє природне середовище;

- висока енергоефективність та здатність працювати в важкодоступних місцях [3-4].

До недоліків, які заважають використанню доставки дронами, належать:

- невелика вантажопідйомність (до 3-4 кг), що унеможлиблює їх використання для транспортування великих вантажів (наприклад, інвалідних крісел, ортопедичних ліжок тощо);

- обмеження за часом автономної роботи (до 30 хвилин) істотно обмежує радіус можливої доставки;

- порушення конфіденційності (дрон використовує GPS для переміщення до точного пункту призначення, вбудовану камеру, яка дозволяє уникати перешкод під час польоту і безпечно приземлятися);

- відсутність спеціально облаштованих пунктів прийому посилок від дронів для забезпечення вантажів. Так, за умов доставки вантажу кур'єром оформлюється розписка про його отримання, а при доставці квадрокоптером вантаж просто залишається біля будинку без нагляду;

- юридичні питання – в деяких державах використання дронів не регламентується законодавчою базою, але в США та інших західних країнах регулятори активно працюють у цьому напрямі;

- фізична безпека – більшість мешканців міст будуть незадоволені постійними польотами безпілотників, які можуть вийти з ладу і впасти на пішоходів [5-6].

Крім того, дрони створюють потенційну небезпеку при використанні поблизу аеропортів внаслідок ризику зіткнення з літаками.

Але, питання використання дронів актуалізувалося під час пандемії COVID-19, у зв'язку з необхідністю мінімізувати особисті контакти.

Проаналізувавши наукові праці з досліджуваної проблематики, ми дійшли висновку, що дрони доцільно застосовувати в таких сферах:

- *транспортування біоматеріалів.* Доставка біоматеріалів дронами значно скорочує зайві контакти на всіх етапах транспортування та дозволяє швидше отримати результат тестів для хворих і медичних працівників;

- *дезінфекція місць.* Дрони можуть обробляють громадські місця і транспорт, який переміщувався між постраждалими районами. Так як коронавірус в більшості випадків передається повітряно-крапельним шляхом і через поверхні, це допомогло б знизити ризик зараження;

- *доставка вантажів.* Під час епідемії дрони можуть доставляти населенню, яке перебуває на карантині, продукти першої необхідності, їжу та ліки.

ВИСНОВКИ

Застосування дронів у соціальній сфері дозволить вчасно доставляти вакцини та лікарські засоби, що, в свою чергу, покращить життя людей з особами потребами.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Майбутнє вже настало: що таке смарт-технології та для чого вони потрібні. URL: <https://weekend.today/kolonki/sho-take-smart-tehnologii-ta-dlja-chogo-voni-potribni.htm> (дата звернення 14.10.2021).
2. Доставка дронами: привіт із майбутнього? URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/dostavka-dronami/> (дата звернення 14.10.2021).
3. У сфері надання соціальних послуг впроваджуються цифрові технології. URL: <https://www.city.kharkov.ua/uk/news/u-sferi-nadannya-sotsialnikh-poslug-vprovadzhuysya-tsifrovi-tehnologii-46488.html> (дата звернення 14.10.2021).
4. Как доставка дронами может изменить наши дома и города. URL: <https://hightech.fm/2020/12/08/new-town-drones> (дата звернення 14.10.2021).
5. Інтегровані соціальні служби: теорія, практика, інновації. URL: <http://www.p4ec.org.ua/upload/education/library/1345188352.pdf> (дата звернення 14.10.2021).
6. Доставка дронами: хто буде першим. URL: <https://dronomania.ru/faq/dostavka-dronami-kto-budet-pervym.html> (дата звернення 14.10.2021).

REFERENCE

1. Majbutne vzhe nastalo: shcho take smart-tehnologii ta dlya chogo voni potribni. URL: <https://weekend.today/kolonki/sho-take-smart-tehnologii-ta-dlja-chogo-voni-potribni.htm> (data zvernennya 14.10.2021).
2. Dostavka dronami: privit iz majbutn'ogo? URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/dostavka-dronami/> (data zvernennya 14.10.2021).
3. U sferi nadannya social'nih poslug vprovadzhuyut'sya cifrovi tehnologii. URL: <https://www.city.kharkov.ua/uk/news/u-sferi-nadannya-sotsialnikh-poslug-vprovadzhuysya-tsifrovi-tehnologii-46488.html> (data zvernennya 14.10.2021).
4. Kak dostavka dronami mozhet izmenit' nashi doma i goroda. URL: <https://hightech.fm/2020/12/08/new-town-drones> (data zvernennya 14.10.2021).
5. Integrovani social'ni sluzhbi: teoriya, praktika, innovacii. URL: <http://www.p4ec.org.ua/upload/education/library/1345188352.pdf> (data zvernennya 14.10.2021).
6. Dostavka dronami: kto budet pervym. URL: <https://dronomania.ru/faq/dostavka-dronami-kto-budet-pervym.html> (data zvernennya 14.10.2021).

Вивчено основні передумови використання дронів. Досліджено сфери застосування дронів. Проаналізовано переваги та недоліки доставки вантажів дронами.

Ключові слова: транспортування, дрон, соціальна робота, пандемія

УДК: 615.03: 338.12.017:339.13.017

Кричківська А. М., Венгрин Н. М., Заярнюк Н. Л., Хоменко А. І., Лопатинська О.І.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Український фармацевтичний ринок: порівняльний аналіз конкурентоспроможності у розрізі світових тенденцій

aelita.m.krychkovska@lpnu.ua

Розглянуто тенденції розвитку світового фармацевтичного ринку та ринку України. Проведено порівняльний аналіз щодо рівня розвитку сучасного фармацевтичного ринку та ринку станом на 2010 рік, коли було запроваджено Програму, яка стосувалась імпортозаміни лікарських засобів в Україні. Здійснено аналіз соціально-політичних, економічних та санітарно-пандемічних чинників, які стали на заваді її впровадженню. Доведено необхідність оновлення та впровадження нової Програми імпортозаміщення ліків в Україні з метою належного забезпечення в першу чергу лікарняного (госпітального) сегменту фармацевтичного ринку.

Ключові слова: фармацевтичний ринок, програма імпортозаміщення, лікарські засоби, госпітальна фармація.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На розвиток фармацевтичного ринку України впливають багато чинників: соціально-політичні, економічні, санітарно-пандемічні, а також тенденції розвитку світового фармацевтичного ринку. У 2010 році в Україні була впроваджена Програма імпортозаміщення лікарських засобів (ЛЗ) та медичних виробів (МВ) на 2010-2020 роки [1]. Однак, у 2014 році, в зв'язку зі складною політичною ситуацією в Україні, зокрема початком Антитерористичної операції (АТО) (а далі ООС), програму імпортозаміщення не було здійснено. Також на невиконання вказаної Програми суттєво вплинула пандемія Ковід-19. Станом на 2010 рік фармацевтичний ринок України досягнув певного рівня розвитку, що

дозволило впроваджувати Програму імпортозаміщення. З метою відновлення даної Програми, на нашу думку, необхідно провести аналіз сучасного фармацевтичного ринку України в розрізі світових тенденцій фармацевтичної галузі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Світова фармацевтична промисловість є однією з найперспективніших галузей економіки. Так, за даними інтернет-порталу Yahoo!, у 2021 році фармацевтична індустрія посідає третє місце серед найбільш прибуткових світових галузей та поступається лише інформаційним технологіям: індустрії комп'ютерної периферії (Computer peripherals) та програмного забезпечення (Software (System and Application)). Загальний світовий обсяг ринку фармацевтичних препаратів становить близько 1,3 трлн. дол., валовий прибуток складає 643,2 млрд. дол. при рентабельності капіталу - 17,06% [2]. Ряд робіт вітчизняних вчених присвячено аналізу та дослідженням фармацевтичного ринку України, зокрема належному забезпеченню ЛЗ та МВ населення України та особлива увага приділена лікарняному (госпітальному) сегменту [3-13].

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Розвиток сучасного фармацевтичного ринку України повинен базуватись на загальних світових тенденціях. Частка імпорту/експорту ЛЗ повинна співпадати з провідними, економічно розвинутими країнами світу та повністю забезпечувати власні потреби, особливо госпітального (лікарняного) сегменту, у життєво-необхідних ліках, що пов'язано з відновленням Програми імпортозаміщення в Україні.

Мета. Провести порівняльний аналіз щодо стану сучасного фармацевтичного ринку України в розрізі світових тенденцій, та визначити аналогії з рівнем його розвитку станом на 2010 рік, коли вперше було запропоновано Програму імпортозаміщення ліків.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

З початку XXI століття спостерігається неухильне зростання доходів світового фармацевтичного ринку. Так, за останні 20 років дохід збільшився більш ніж у три рази (рис. 1.).

Громадяни України споживають набагато менше ліків, ніж громадяни інших країн світу. Обсяги споживання ЛЗ у різних країнах, в дол./рік на одну особу за даними щорічного дослідження, проведеного маркетинговою агенцією Top Lead наведено на рис. 2.



Рис. 1. Динаміка розвитку світового фармацевтичного ринку, у млрд. дол. США (за даними <https://www.statista.com>).

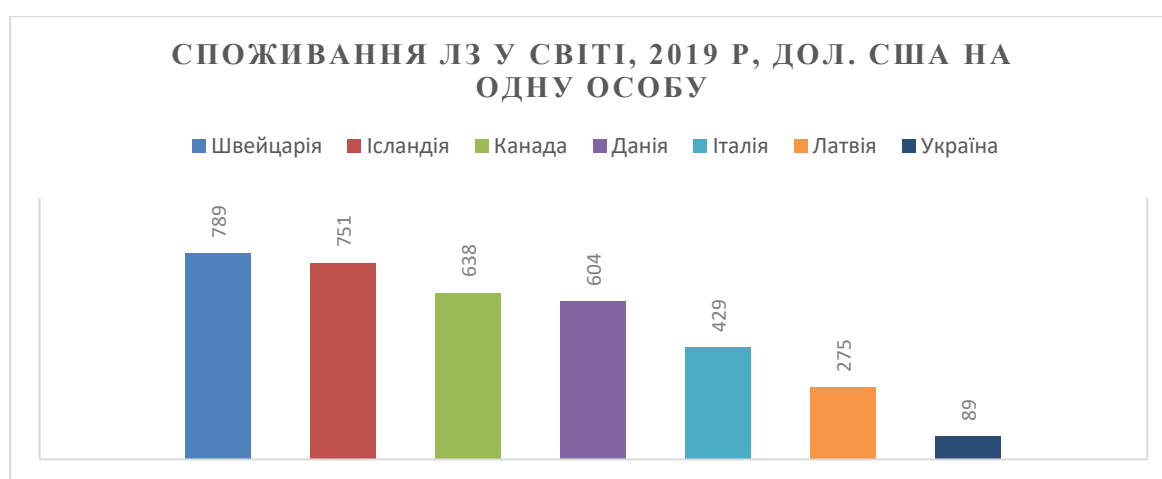


Рис. 2. Обсяги споживання ЛЗ у різних країнах, в дол./рік на одну особу (за даними маркетингової агенції Top Lead).

Споживання ЛЗ в Україні є значно нижче ніж у країнах ЄС та Канаді, що може свідчити про низьку купівельну спроможність громадян. Пояснити таке становище можливо за рахунок декількох причин, першою з яких є те, що українці економлять на ліках, окрім того бажані для українського споживача відомі та дієві ЛЗ недоступні через високу вартість.

Однак, українська фармацевтика має потужний потенціал. Змінюється ставлення громадян України до свого здоров'я, поступово зростають статки, хоч і дуже повільно, проте відбуваються законодавчі зміни, українці стають ближче до Європи та світу. Споживання ліків в Україні зростає, незважаючи на кризу 2014 року. На українському фармацевтичному ринку на сьогодні є топ-10 компаній за обсягами аптечних продаж товарів «аптечного кошика», де переважають вітчизняні виробники, зокрема, лідером є українська фармацевтична компанія «Фармак» (рис. 3.).

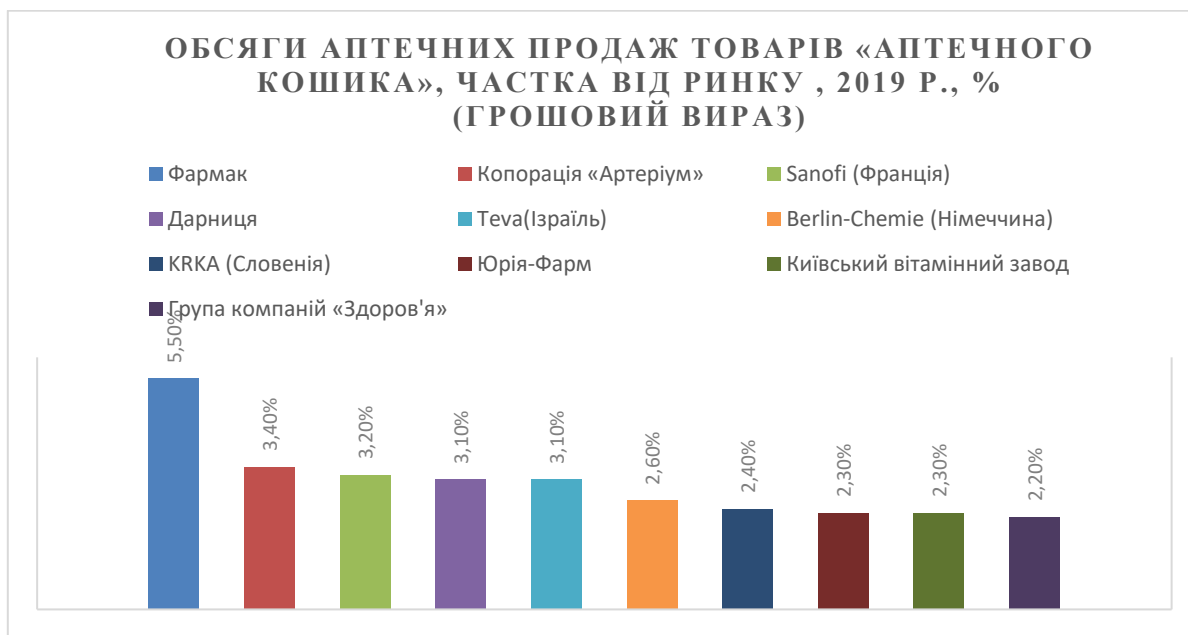


Рис. 3. Обсяги продаж «аптечного кошика» (за даними Businessviews).

Потенціал фармацевтичного виробництва в Україні є достатньо високим. Після економічної кризи 2014 року динаміка експорту вітчизняних ЛЗ зростає (рис.4.), але імпорт у 8 разів перевищує експорт. Лідерами експорту на сьогодні

залишаються: Узбекистан (51 млн. дол. США), Бразилія (30 млн. дол. США) та Білорусь (19 млн. дол. США) [15].

За останні 10 років на українському фармацевтичному ринку в сегменті роздрібних продаж спостерігається зменшення обсягів продажів ЛЗ у натуральному вираженні. Після економічної кризи у 2014 році спостерігалась позитивна динаміка, яка, що правда, не досягла докризового періоду, а більше того, за останні два роки показує спад (рис. 5.).



Рис. 4. Динаміка експорту у 2010-2019 рр.(за даними Businessviews).



Рис. 5. Динаміка аптечного ринку за 2010-2020 рр. в натуральному виразі (за даними Businessviews).

Проте обсяг аптечних продаж у грошовому вираженні після економічної кризи 2014 року неухильно зростає (рис. 6.). Це може свідчити про зростання

частки дорогих ЛЗ внаслідок збільшення частки іноземних виробників на фармацевтичному ринку.

Різниця між госпітальним та аптечним сегментами фармацевтичного ринку України полягає у фінансовій спроможності покупців ліків та механізмами ухвалення ними рішень про купівлю. Так, аптечний сегмент переважає госпітальний: 3,4 млрд. дол. США та 0,6 млрд. дол. США відповідно (рис. 7.).

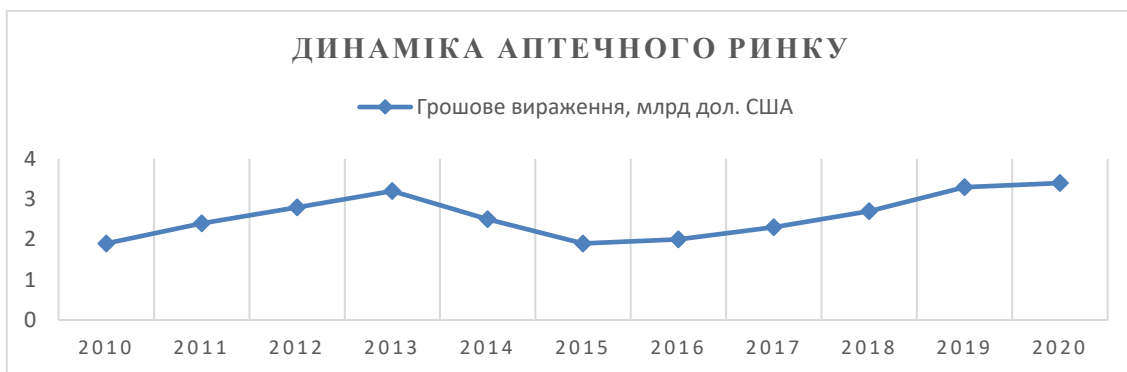


Рис. 6. Динаміка аптечного ринку у грошовому виразі (за даними Businessviews).



Рис. 7. Структура фармацевтичного ринку України (за даними маркетингової агенції Top Lead).

Слід зауважити, що за останні 10 років споживання ЛЗ в Україні зростає. Хоч споживання ЛЗ в Україні набагато менше, ніж в інших країнах, темпи його зростання досить значні (рис. 8.).



Рис. 8. Обсяги споживання ліків в Україні (за даними маркетингової агенції Top Lead).

З метою порівняльного аналізу нами було розглянуто показники фармацевтичного ринку України за період, коли вперше впроваджувалась Програма імпортозаміщення ліків [1]. Так, за підсумками 2010 р. обсяг імпорту готових ЛЗ в Україні досяг 17 млрд. грн. за 30 тис. т., перевищивши показник попереднього року на 13% у грошовому та 8% в натуральному вираженні [7].

Позаяк, на той час вітчизняні виробники фармацевтичної продукції задовольняли майже 70% внутрішнього попиту на ЛЗ в натуральному вираженні, і цей показник в останні роки мав тенденцію до збільшення. Аналіз структури українського ринку ЛЗ, включаючи госпітальний та роздрібний сегменти, свідчить, що кризовий 2009 р. став переломним для фармацевтичного ринку - питома вага препаратів вітчизняного виробництва стрімко зростає. Так, за підсумками 2010 р. цей показник збільшився з 26 до 30% в грошовому та 65 до 69% в натуральному вираженні порівняно з 2008 р. Це зумовлено як випереджаючими темпами розвитку вітчизняного виробництва готових ЛЗ порівняно з сегментом імпорту, так і збільшенням довіри населення до української продукції. За підсумками 2009-2010 рр. темпи приросту обсягу фармринку, який покривається вітчизняними виробниками, вдвічі перевищили такі для сегмента імпорту готових ЛЗ [14].

На даний період часу ряд тенденцій розвитку фармацевтичного ринку України є схожими за статистичними показниками з періодом, коли була вперше запропонована Програма імпортозаміщення.

ВИСНОВКИ

Світовий фармацевтичний ринок за останні 10 років потужно розвивається. Світові економічні, соціально-політичні, пандемічні кризи, які негативно впливають на інші галузі народного господарства, дуже часто стають чинниками для розвитку фармацевтичної галузі.

Фармацевтичний ринок України в останні роки певною мірою стабілізувався, гідно витримавши такі кризи як: збройний конфлікт у 2013 році на Сході країни, який триває до тепер, економічна криза 2014 року, пандемія Ковід-19, та за рядом статистичних показників має стійку позитивну динаміку росту.

На сучасному етапі розвитку фармацевтичної галузі України можна та необхідно здійснити оновлення Програми імпортозаміщення ліків з метою покращення забезпечення громадян країни, особливо лікарняного (госпітального) сегменту фармацевтичного ринку.

ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Дослідження статистичних показників розвитку фармацевтичного ринку України за останні 10 років та порівняльний аналіз його розвитку станом на 2010 рік, коли вперше була впроваджена Програма імпортозаміщення ліків, дозволяють констатувати відносну стабілізацію ринку та можливість оновлення Програми. Саме тому перспективою подальших досліджень стане вивчення формулярних списків закладів охорони здоров'я зі стаціонарними відділеннями та встановлення переліку основних життєво-необхідних ліків.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Наказ МОЗ України «Про затвердження Концепції розвитку фармацевтичного сектору галузі охорони здоров'я України на 2011-2020 рр.» від 13.09.2010 р. №769. URL: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/dn_20100913_769.html. (дата звернення: 19.09.2021).

2. 5 most profitable industries in the world in 2021: веб-сайт. URL: <https://www.insidermonkey.com/blog/5-most-profitable-industries-in-the-world-in-2021-946645/4/> (дата звернення: 19.09.2021).

3. Чухрай І. Л. Оптимізація фармацевтичного забезпечення пробіотиками: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к-та фарм. наук: 15.00.01. Львів, 2021. 24 с.

4. Гадык І.В. Науково–практичне проектування моделі фармацевтичної допомоги хворим на хронічний простатит: дис. на здобуття наук. ступеня к-та фарм. наук: 15.00.01. Львів, 2020. 242 с.

5. Аугунас С. В. Комплексне Науково-теоретичне обґрунтування закономірностей розвитку системи медикаментозного забезпечення населення України з ноофармацевтичних та емерджентних позицій. автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к-та фарм. наук: 15.00.01. Нац. мед. акад. післядиплом. освіти ім. П. Л. Шупика. Київ, 2019. 27 с.

6. Левицька О. Р. Клініко-фармацевтичне обґрунтування концептуальної моделі медикаментозного забезпечення хворих з гострими порушеннями мозкового кровообігу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра фарм. наук: 15.00.01. Львів, 2020. 44 с.

7. Анимиця Е. Г., Анимиця П. Е., Глумов А. А. Импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты. *Экономика региона*. 2015. №3. С. 160-172.

8. Назаркіна В. М. Дослідження нормативно-правової бази у сфері забезпечення доступності ліків для населення. *Фармацевтичне законодавство*. 2020. №1. С. 106-116.

9. Організація фармацевтичного забезпечення військовослужбовців, які брали участь у бойових діях, на засадах фармацевтичного права / Гудзенко А. О. та інш. *ScienceRise. Pharmaceutical Science*. 2016. №3(3). С. 20-28.

10. Аналіз публічних закупівель ліків в Україні як складова оцінки технологій охорони здоров'я / Немченко А. С. та інш. 2019. Актуальні питання клінічної фармакології та клінічної фармації: матеріали наук.-практ. internet-конф. 22-23 жовт. 2019 р. Харків : НФаУ, 2019. – С. 138-140.

11. Подколзіна М. В., Куриленко Ю. Є., Тетерич Н. В. Аналіз закупівель виробів медичного призначення за допомогою інформаційно-аналітичної

платформи «Prozorro». Теоретичні та практичні аспекти дослідження лікарських рослин : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. internet-конф., 26-27 листоп. 2020 р. Харків : НФаУ, 2020. С. 76.

12. Котвіцька, А. А., Костюк В. Г. Дослідження нормативно-правового регулювання імпортозамінного виробництва лікарських засобів в Україні. *Управління, економіка та забезпечення якості в фармації*. 2016. № 1. С. 44-48.

13. Наукова оцінка необхідності розробки національної програми імпортозаміщення асортименту противиразкових препаратів в Україні / Богдан Н. С. та ін. Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики: матер. V міжнарод. наук.-практ. конференції з міжнар. участю 20-21 квітня 2017 р. Харків : НФаУ, 2017. С.350-353.

14. Проект концепції Державної цільової програми «Розвиток імпортозамінних виробництв в Україні та заміщення імпортованих лікарських засобів вітчизняними, у тому числі біотехнологічними препаратами та вакцинами на 2011-2021 роки» <https://www.apteka.ua/article/78579>

15. Ліки в Україні: як купують, виробляють та продають за кордон. Найважливіші факти про українську фармацевтику: веб-сайт. URL: <https://businessviews.com.ua/ru/economy/id/rinok-likiv-v-ukrajini-2021-2381/> (дата звернення: 19.09.2021).

REFERENCES

1. Nakaz MOZ Ukrainy «Pro zatverdzhennia Kontseptsii rozvytku farmatsevychnoho sektoru haluzi okhorony zdorovia Ukrainy na 2011-2020» №769. (2010) http://www.moz.gov.ua/ua/portal/dn_20100913_769.html.

2. Karlo J., Tottoc M. (2021). 5 most profitable industries in the world in 2021. Retrieved from <https://www.insidermonkey.com/blog/5-most-profitable-industries-in-the-world-in-2021-946645/4/>

3. Chukhrai, I. L. (2021) Optimization of pharmaceutical supply with probiotics [abstr. of dis. on achieving the sc. degree of the candidate of pharm. Sciences. Danylo

Halytsky Lviv National Medical University] http://nauka.meduniv.lviv.ua/wp-content/uploads/disertatsiya_chuhraj.pdf

4. Gadyak I.V. (2020) Scientific and practical design of a model of pharmaceutical care for patients with chronic prostatitis [abstr. of dis. on achieving the sc. degree of the candidate of pharm. Sciences. Danylo Halytsky Lviv National Medical University] http://nauka.meduniv.lviv.ua/wp-content/uploads/2020/11/disertatsiya_gadyak-.pdf

5. Augunas, S. V. (2019) Complex scientific and theoretical substantiation of the regularities of the development of Ukrainian medical supply system from the perspective of noopharmacy and emergence [abstr. of dis. on achieving the sc. degree of the candidate of pharm. P. L. Shupyk National Medical Academy of Postgraduate Education] https://nmapo.edu.ua/zagruzka2/DrAr/Dr_Augunas.pdf

6. Levytska, O. R. (2021) Clinical and pharmaceutical substantiation of conceptual model of drug supply for patients with acute cerebrovascular accidents [Dis. on achieving the sc. degree of the d-r of pharm. sc. Danylo Halytsky Lviv National Medical University] http://nauka.meduniv.lviv.ua/wp-content/uploads/avtoreferat_levitska-03.pdf

7. Animitsa, E. G., Animitsa P. E., & Glumov, A. A. (2015). Importozamishchenie v promyshliennom proizvodstvie regiona: kontseptualno-tieoretichenkie i prikladnyie aspiekty. *Economy of region*, (3), 160-172.

8. Nazarkina, V. M. (2020) Doslidzhennia normatyvno-pravovoi bazy u sferi zabezpechennia dostupnosti likiv dlia naseleennia. *Pharmaceutical Review*, (1), 106-116.

9. Hudzenko, A. O., Shapovalop, V. V., Semen'kova, O. V., Shapovalova, V. O., & Moskalenko, D. V. (2016). Orhanizatsia farmatsevychnoho zabezpechennia viys'kovosluzhbovtsiv, iaki braly uchast' u boiovykh diyakh, na zasadakh farmatsevychnoho prava. *ScienceRise. Pharmaceutical Science*, (3 (3)), 20-28.

10. Nemchenko, A. S., Nazarkina, V. M., Kurylenko, Iu. Ie. & Podkolzina, M. V. (2019). Analiz publichnykh zakupivel' likiv v Ukraini iak skladova otsinky tekhnolohiy okhorony zdorov'ia. Ed. Kotvitska, A. A. et al., *Topical issues of clinical*

pharmacology and clinical pharmacy: scientific and practical Internet-conference materials. Kharkiv : NUPh. P.138-140. <https://cl-ipksf.nuph.edu.ua/images/2019.pdf>

11. Podkolzina, M. V., Kurylenko, Iu. Ie., & Teterych, N. V. (2020). Analiz zakupivel' vyrobiv medychnoho pryznachennia za dopomohoiu informatsiyno-analitychnoi platform "Prozorro". Theoretical and practical aspects of the research of medicinal plants: scientific and practical conference materials. Kharkiv : NUPh. P.76. <https://botany.nuph.edu.ua/uploads/2020/12>

12. Kotvitska, A. A. & Kostiuk, V. H. (2016). Research of normative legal regulation of import substitution production of medicines in Ukraine. Management, economy and quality assurance in pharmacy, No. 1 (45), P. 44-48. <https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/8818/1/44-48.pdf>

13. Bohdan, N. S., Palamar, A. O., Shpychak, O. S., & Horoshko, O. M. (2017). Naukova otsinka neobkhidnosti rozrobky natsional'noi prohramy importozamishchennia asortymentu protyvyrazkovykh preparativ v Ukraini. Ed. Posylkina, O. V., Litvinova, O. V. & Onyshchenko Ya. H. Actual problems of industrial economy and logistics development. Kharkiv : NUPh. P. 350-353. <https://nuph.edu.ua/wp-content/uploads/2017.pdf>

14. Proekt kontseptsii Derzhavnoi tsiliovoi prohramy "Rozvytok importozaminnykh vyrobnytstv v Ukraini ta zamishchennia importovanykh likars'kykh zasobiv vitchyznianymy, u tomu chysli biotekhnolohichnymy preparatamy ta vaktsynamy na 2011-2021 roky". Apteka online. Retrieved from <https://www.apteka.ua/article/78579>

15. Liky v Ukraini: iak kupuiut', vyrobliaiut' ta prodaiut' za kordon. Naivazhlyvishi fakty pro ukrains'ku farmatsevyku. Retrieved from <https://businessviews.com.ua/ru/economy/id/rinok-likiv-v-ukrajini-2021-2381/>

*A. M. Krychkovska, N. M. Vengryn, N. L. Zayarnyuk, A. I. Khomenko,
O. I. Lopatynska*

Pharmaceutical market in Ukraine: comparative analysis of competitiveness in the context of global trends

The trends in the development of the world pharmaceutical market and the pharmaceutical market in Ukraine are considered. A comparative analysis on the level of development of the modern pharmaceutical market and the market as of 2010, when the Program of import substitution of medicines in Ukraine was introduced, has been conducted. The analysis of socio-political, economic and sanitary-pandemic factors that hindered the implementation of this Program was carried out. The necessity of updating and implementation the new Program of import substitution of medicines in Ukraine for the purpose of proper medicine supplying, first of all, for the hospital segment of the pharmaceutical market, is proved.

Keywords: pharmaceutical market, import substitution program, medicines, hospital pharmacy.

*A. M. Кричковская, Н. М. Венгрин, Н. Л. Заярнюк, А. И. Хоменко,
О. И. Лопатинская*

Украинский фармацевтический рынок: сравнительный анализ конкурентоспособности в разрезе мировых тенденций

Рассмотрены тенденции развития мирового фармацевтического рынка и рынка Украины. Проведен сравнительный анализ уровня развития современного фармацевтического рынка и рынка по состоянию на 2010 год, когда была введена Программа импортозамещения лекарственных средств в Украине. Осуществлен анализ социально-политических, экономических и санитарно-пандемических факторов, которые препятствовали ее внедрению. Доказана необходимость обновления и введения новой Программы импортозамещения лекарств в Украине с целью надлежащего обеспечения в первую очередь госпитального сегмента фармацевтического рынка.

Ключевые слова: фармацевтический рынок, программа импортозамещения, лекарственные средства, госпитальная фармация.

УДК 338.47:502/504

Кришталь С.В., Гриценко С.І.

Національний авіаційний університет, м. Київ

**Перспективи «зелених» технологій в логістичній діяльності підприємств
України**

sergiy.gritsenko@gmail.com

The general problems of the load on the natural environment of the logistic activities of enterprises have been identified. Determined the impact of transport on the environment. Problems of implementation in the work of Reverse logistics enterprises have been investigated. The experience of introducing ecology by transnational corporations has been summarized. The prospects of "green" technologies in the logistics activities of enterprises have been determined. The essence of adaptation of transport and logistics clusters to the use of innovative intelligent technologies is revealed. Delineated a list of measures to improve the level of environmental safety in transport. The mutual influence of environmental aspects, transport and logistics clusters and intelligent transport systems is argued

Keywords: Reverse logistics; transport and logistics clusters; environment; innovative intelligent technologies; carriage of LTL goods; consolidation of goods; environmental activities.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Людству вже давно відомо, що глобалізація та інтеграція бізнес-процесів у світі негативно впливає на біосферу та атмосферу Землі, а саме: промисловими та побутовими викидами забруднюється повітря, забруднюються поверхневі та підземні води, ґрунти, промисловими підприємствами та транспортом здійснюється шумове (акустичне) забруднення, скорочується біологічне різноманіття живих істот [1, с. 196].

Дослідник Стерн Н. у своїх дослідженнях прийшов до висновку, що на сьогодні людство повинне вживати значних заходів зі зниження викидів парникових газів, бо в протилежному випадку втрачатиме 5–20% ВВП щорічно

за рахунок втрат у сільському господарстві, збитків від потужніших стихійних лих, нестачі питної води, затоплень поселень [18, с. 16–18].

Досвід зарубіжних країн доводить, що застосування ресурсозберігаючих технологій в логістиці дозволяє скоротити запаси матеріалів на 40-60%, скоротити транспортні витрати на 7-20% [2].

Тому на сьогодні стає проблема впровадження у роботу підприємств так званої «зеленої» логістики (екологістики), що полягає у прийнятті оптимальних рішень у сфері збирання, нагромадження, розподілу та утилізації різних видів відходів [16].

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Серед дослідників процесу розроблення та впровадження принципів зеленої логістики в практику господарювання підприємств можна виділити таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як Горяйстова Є.С. [4], Гриценко С.І., Савченко Л.В. [13], Маргіна Н.О. [12], Аверіхіна Т.В. [1], Stern, N. [18], Korzeniowski A., Skrzypek M. [16], Rodrigue J-P. [17], Гурч Л.М. [8] та інші.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Незважаючи на досить повне та комплексне дослідження науковцями різних екологічних аспектів, визначення подальших перспектив «зелених» технологій в логістичній діяльності підприємств України залишаються недостатньо вивченими, потребують поглиблення і розвитку у відповідності до сучасних вимог.

Метою дослідження є визначення ролі «зеленої» логістики у логістичній діяльності підприємств України, її сучасних проблем та подальших перспектив розвитку «зелених» технологій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Особливої уваги в Україні на сьогодні потребує проблема використання частково відновлюваних енергетичних ресурсів (дерево, вода, земельні ресурси) і поступовий перехід на джерела «чистої» енергії [4].

Щорічно по всій території України виникають близько 12 тисяч незаконних сміттєзвалищ. А вторинне використання твердих побутових відходів становить лише 5%. [14]. Таким чином, актуальною на сьогодні є проблема впровадження стратегії добування власного пального з відходів.

До екологічних заходів, які проводяться на сьогодні в Україні у сфері логістики, відносять: повторне використання тари, теплоізоляція складів, відмова від паперового документообігу, скорочення викидів в атмосферу за рахунок планування оптимальних маршрутів, скорочення часу простою і зниження кількості витрат пального, консолідації вантажів та використання залізничного транспорту [12, с. 284].

У світі найвищий рівень впровадження екологістики у свою роботу мають такі транснаціональні корпорації, як Toyota, Xerox, Johnson & Johnson, Honda, Volkswagen, Hewlett-Packard, Casio, Sony. Наприклад, у логістичному центрі «Toyota» в м. Зебрюгге ще на початку 2013 року з'явилося дві вітряні турбіни, кожна з яких виробляє 3МВт електроенергії, а їх щорічна продуктивність складає 17,1 МВт / рік. Крім того, на заводах «Toyota» в Великобританії та Франції встановлені сонячні панелі для вироблення електроенергії. Японська судноплавна компанія K Line встановила на окремих судах комп'ютерну систему, яка на основі постійного моніторингу погодних і гідрографічних умов оптимізує роботу двигуна, що, в свою чергу, призводить до зменшення обсягів шкідливих викидів в атмосферу [8].

Компонентами соціально-екологічних витрат під час автомобільних перевезень LTL вантажів є: дорожні затори (витрати від затримки в дорозі учасників вантажних та пасажирських перевезень у регіоні здійснення доставки); дорожньо-транспортні пригоди (смерть, травми та втрата майна. Слід зауважити, що ця частина соціально-екологічних витрат вважається найбільш суттєвою та зазвичай складає більше половини загальних соціально-екологічних витрат від перевезень); забруднення повітря, вод та ґрунту (погіршення здоров'я, додаткові витрати на охоронні, очисні та попереджувальні заходи); шум (погіршення якості життя та роботи жителів, додаткові витрати на запобігання надмірного

шумового навантаження). Однією з технологій перевезень LTL вантажів є консолідована технологія перевезень. Аналіз системи економічних та соціально-екологічних витрат має визначити доцільність застосування такої технології у певних умовах [13, с. 133 - 134].

Компанії можуть створити конкурентну перевагу за рахунок оптимізації або координації взаємозв'язків ланцюжків цінностей за межами свого бізнесу у географічному масштабі - транспортно-логістичних кластерів на основі низьких витрат або диференціації, прагнучи до тіснішої співпраці з постачальниками, каналами дистрибуції і покупцями, нейтралізувавши негативні соціальні та екологічні наслідки своєї діяльності [5, с. 31].

У високорозвинених країнах формується потужний екологічний лобі в особі зацікавлених господарських суб'єктів, партій, громадських організацій, транспортно-логістичних кластерів. Воно виступає локомотивом екологізації економіки та суспільного життя в цілому на основі кластерного підходу з утворенням інвестиційного та інноваційного клімату в країні та світі [6, с. 151].

Починаючи з 2021 року, в Литві введено фінансові заохочення у вигляді субсидії на погашення ПДВ при купівлі нових електромобілей чи гібридних авто. На території ЄС власники транспортних засобів, де встановлені норми викидів вуглекислого газу перевищують норму, мають сплачувати компенсаційні штрафи.

В Україні найбільшим національним логістичним оператором є компанія «Meest Express», яка з 2016 року розпочала співробітництво з Європейським банком реконструкції та розвитку (ЄБРР) у галузі впровадження комплексної системи екологічних ініціатив [3; 9].

На шляху вирішення екологічних проблем функціонування логістичної системи України вже відмічається ряд зрушень. Так, екологічні орієнтири логістичної діяльності відстежуються в низці положень Національної транспортної стратегії України до 2030 року, одним з пріоритетних напрямів якої є забезпечення соціально безпечного, екологічно чистого та енергоефективного транспорту. Створення єдиної архітектури транспортно-логістичних кластерів з

впровадженням інтелектуальних транспортних систем в контексті Національної транспортної стратегії України дозволить забезпечувати безпеку, мобільність транспортного руху, зниження негативного впливу на довкілля від транспорту за допомогою моніторингу ситуації з використанням навігаційних технологій і своєчасного прийняття рішень [7, с. 346, 350].

У країнах світу та в Україні зокрема існує шість типів бар'єрів впровадження екологістики: відсутність необхідних навичок та технологій, відсутність професійних консультацій, невизначеність результату, участь сертифікаторів/верифікаторів, відсутність ресурсів, витрати на впровадження та обслуговування [8].

Проте частка «зелених» споживачів серед підприємств постійно зростає. Це обумовлено низкою таких переваг: мінімізація витрат, раціональне використання енергетичних, матеріальних і сировинних ресурсів, ефективне використання виробничих потужностей, мінімізація екологічних впливів на довкілля, скорочення викидів парникових газів (наприклад, CO₂), скорочення витрат на екологічні платежі та екологічний податок [10; 15; 11; 17].

ВИСНОВКИ

«Зелена» логістика у всьому світі користується великим попитом серед підприємців, а перспективи її застосування в Україні досить сприятливі. Проте проблема України полягає в тому, що вона досі сприймається за кордоном як країна нестабільна, з якої може бути складно вивести вкладений капітал, необхідний для інвестицій в технологічне обслуговування та обладнання з метою запровадження «зеленої» логістики.

ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Затверджена Кабінетом Міністрів України Національна економічна стратегія на період до 2030 року визначає «зелену економіку» в якості основної і домінуючої моделі держави. З'являється необхідність подальших досліджень у стратегічних інфраструктурних проєктах України, які мають унікальний потенціал для Європейського зеленого курсу з точки зору поглиблення і

розширення її логістичних і транспортних можливостей на основі інноваційних технологій.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Аверіхіна Т.В. Принципові положення формування системи забезпечення екологічної конкурентоспроможності товарів та товаровиробників: наук. стаття. Київ: Економіка: реалії часу. 2015. № 2 (18). С. 195–200.
2. Борисова В.В, Кононенко Е.С. Логистика и ресурсосбережение: учеб. пособ. Ростов-на-Дону: Издательство РГЭУ «РИНХ», 2003. С. 34.
3. Выборнова Е.Е. Современные тренды «зеленой» логистики в условиях глобализации: материалы IV Междунар. науч.–практ. конф. Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. С. 143-146.
4. Горяйстова Є. С. Екологістика як перспективний напрям розвитку українських підприємств в умовах поглиблення світової природної кризи: збірник тез доповідей ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ: КНУ. 2018. С. 139-140.
5. Гриценко С.І. Моделювання системи цінностей еколанцюга постачань як домінанта транспортно-логістичних кластерів. Вісник економічної науки України. 2019. № 1. С. 31-34.
6. Гриценко С.І. Стратегія розвитку екологічно спрямованих транспортно-логістичних кластерів блакитного океану. Вісник економічної науки України. 2019. № 2. С. 151-156.
7. Гриценко С.І. Формування екологічно спрямованої діяльності транспортно-логістичних кластерів з використанням інноваційних інтелектуальних технологій. Cluster Policy of Innovative Development of the National Economy: Integration and Infrastructure Aspects : collective monograph. Poznań: Wydawnictwo naukowe WSPiA, 2020. 382 p. (P 335-351).
8. Гурч Л. М. Розвиток «зеленої логістики» в Україні: наук. стаття. Львів: Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2014. № 811. С. 86-91.

9. Зелена логістика від Meest: електронний ресурс. URL: <https://ua.meest.com/ru/zelena-logistika> (дата звернення: 06.10.2021).
10. Ильченко Н.Б. Организация логистической деятельности украинских торговых предприятий: интеграционный процесс: нацч. статья. Москва: Логистика: проблемы и решения. 2010. № 3. С. 28–35.
11. Коблянська Н.І. Структурно-функціональні основи формування еколого-орієнтованої логістики: наук. стаття. Суми: Вісник СумДУ. 2009. №1. С. 91–98.
12. Маргіта Н. О. Сучасні тенденції впровадження «зеленої» логістики: наук. стаття. Київ: Маркетинг і менеджмент інновацій. 2014. № 1. С. 279-286.
13. Савченко Л.В., Гриценко С.І. Аналіз технологій доставки ІІІ вантажів з точки зору економічних, екологічних та соціальних витрат. Вісник економічної науки України. 2021. № 1 (40). С. 127-136. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.1\(40\).127-136](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.1(40).127-136)
14. Україну «з’їдають» сміттєзвалища: екологи вимагають негайно вирішити проблему переробки відходів: електронний ресурс. URL: <https://styler.rbc.ua/ukr/zhizn/ukrainu-sedayutmusornye-svalki-ekologi-trebuyut-1466018310.html> (дата звернення: 06.10.2021).
15. Чорток Ю.В. Напрями зниження негативного еколого-економічного впливу логістичної системи: наук. стаття. Київ: Механізм регулювання економіки, 2007, № 3. С. 165-172.
16. Korzeniowski A., Skrzypek M. Ekologistyka zużytych opakowań. Poznan: Instytut Logistyki i Magazynowania, 1999. 166 s.
17. Rodrigue J-P. Green Logistics (The Paradoxes Of). London: Pergamon, 2001. P. 339–350.
18. Stern, N. The new energy-industrial revolution and an international agreement on climate change. New-York: Economics of Energy and Environmental Policy. 2012. V. 1. P. 1–19.

REFERENCES

1. Averixina T.V. Pry`ncy`povi polozhennya formuvannya sy`stemy` zabezpechennya ekologichnoyi konkurentospromozhnosti tovariv ta tovarovy`robnny`kiv: nauk. statyya. Ky`yiv: Ekonomika: realiyi chasu. 2015. # 2 (18). S. 195–200.
2. Bory`sova V.V, Kononenko E.S. Logy`sty`ka y` resursoberezhny`e: ucheb. posob. Rostov-na-Donu: Y`zdatel`stvo RGƏU «RY`NX», 2003. S. 34.
3. Выbornova E.E. Современные тренды «зеленой» логистики` в условиях глобализации: материалы IV Международ. науч.–практ. конф. Чебоксары: ЧЗНС «Y`nterakty`v plyus», 2016. S. 143-146.
4. Goryajstova Ye. S. Ekologisty`ka yak perspekty`vny`j napryam rozvy`tku ukrayins`ky`x pidpry`yemstv v umovax pogly`blennya svitovoyi pry`rodnoyi kry`zy`: zbirny`k tez dopovidej IX Vseukrayins`koyi naukovy`-prakty`chnoyi konferenciyi. Ky`yiv: KNU. 2018. S. 139-140.
5. Gry`cenko S.I. Modelyuvannya sy`stemy` cinnostej ekolancyuga postachan` yak dominanta transportno-logisty`chny`x klasteriv. Visny`k ekonomichnoyi nauky` Ukrayiny`. 2019. # 1. S. 31-34.
6. Gry`cenko S.I. Strategiya rozvy`tku ekologichno spryamovany`x transportno-logisty`chny`x klasteriv blakyt`nogo okeanu. Visny`k ekonomichnoyi nauky` Ukrayiny`. 2019. # 2. S. 151-156.
7. Gry`cenko S.I. Formuvannya ekologichno spryamovanoyi diyal`nosti transportno-logisty`chny`x klasteriv z vy`kory`stannyam innovacijny`x intelektual`ny`x texnologij. Cluster Policy of Innovative Development of the National Economy: Integration and Infrastructure Aspects : collective monograph / under the editorship of professor Svitlana Smerichevska. Poznań: Wydawnictwo naukowe WSPIA, 2020. 382 p. (P 335-351).
8. Gurch L. M. Rozvy`tok «zelenoyi logisty`ky`» v Ukrayini: nauk. statyya. L`viv: Visny`k Nacional`nogo universy`tetu «L`vivs`ka politexnika». 2014. # 811. S. 86-91.

9. Zelena logisty`ka vid Meest: elektronny`j resurs. URL: <https://ua.meest.com/ru/zelena-logistika> (data zvernennya: 06.10.2021).
10. Y`l`chenko N.B. Organy`zacy`ya logy`sty`cheskoj deyatel`nosty` ukray`nsky`x togovny`x predpny`yaty`j: y`ntegracy`onnyj process: naczch. stat`ya. Moskva: Logy`sty`ka: problemy y` resheny`ya. 2010. # 3. S. 28–35.
11. Koblyans`ka N.I. Strukturno-funktional`ni osnovy` formuvannya ekologo-oriyentovanoj logisty`ky`: nauk. stat`tya. Sumy`: Visny`k SumDU. 2009. #1. S. 91–98.
12. Margita N. O. Suchasni tendenciyi vprovadzhennya «zelenoyi» logisty`ky`: nauk. stat`tya. Ky`yiv: Markety`ng i menedzhment innovacij. 2014. # 1. S. 279-286.
13. Savchenko L.V., Gry`cenko S.I. Analiz tehnologij dostavky` ltl vantazhiv z tochky` zoru ekonomichny`x, ekologichny`x ta social`ny`x vy`trat. Visny`k ekonomichnoyi nauky` Ukrayiny`. 2021. # 1 (40). S. 127-136. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.1\(40\).127-136](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2021.1(40).127-136)
14. Ukrayinu «z`yidayut`» smittyezvaly`shha: ekology` vy`magayut` negajno vy`risky`ty` problemu pererobky` vidxodiv: elektronny`j resurs. URL: <https://styler.rbc.ua/ukr/zhizn/ukrainu-sedayutmusornye-svalki-ekologi-trebuyut-1466018310.html> (data zvernennya: 06.10.2021).
15. Chortok Yu.V. Napryamy` zny`zhennya negaty`vnogo ekologo-ekonomichnogo vply`vu logisty`chnoyi sy`stemy`: nauk. stat`tya. Ky`yiv: Mexanizm regulyvannya ekonomiky`, 2007, # 3. S. 165-172.
16. Korzeniowski A., Skrzypek M. Ekologistyka zuzytych opakowań. Poznan: Instytut Logistyki i Magazynowania, 1999. 166 s.
17. Rodrigue J-P. Green Logistics (The Paradoxes Of). London: Pergamon, 2001. P. 339–350.
18. Stern, N. The new energy-industrial revolution and an international agreement on climate change. New-York: Economics of Energy and Environmental Policy. 2012. V. 1. R. 1–19.

Перспективы «зеленых» технологий в логистической деятельности предприятий Украины

С.В. Кришталь, С.И. Гриценко

Выявлены общие проблемы нагрузки на окружающую естественную среду логистической деятельности предприятий. Определено влияние транспорта на окружающую среду. Исследованы проблемы внедрения в работу предприятий экологистики. Обобщен опыт внедрения экологистики транснациональными корпорациями. Определены перспективы «зеленых» технологий в логистической деятельности предприятий. Раскрыта сущность адаптации транспортно-логистических кластеров к использованию инновационных интеллектуальных технологий. Очерчен перечень мероприятий относительно повышения уровня экологической безопасности на транспорте. Аргументировано взаимное влияние экологических аспектов, транспортно-логистических кластеров и интеллектуальных транспортных систем.

Ключевые слова: экологистика; транспортно-логистические кластеры; окружающая среда; интеллектуальные транспортные системы; перевозки LTL (сборных) грузов; консолидация грузов; экологические мероприятия.

Секція 1 Сучасні механізми активізації соціально-економічного розвитку і підвищення конкурентоспроможності на рівні галузі, регіону, підприємства

Баєва О. І.¹, Васильченко О. О.², Ісакова О. І.²

¹ *Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

² *Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного, м. Мелітополь*

Людський капітал в економічній науці

olgaivanovnabaeva@gmail.com

Економічне зростання і підвищення його якості багато в чому залежать від супроводжуваних структурних змін, прогресивна спрямованість яких з певним часовим лагом забезпечує стійку позитивну динаміку і конкурентоспроможність економіки. В даний час одним з пріоритетних напрямків наукових досліджень стає вивчення причин і наслідків структурної трансформації розвинених національних економік, обумовленої переходом до постіндустріальної стадії розвитку суспільства, де головним ресурсом і результатом економічної діяльності економіки стає людина і його якість. Основою успішного проведення такого перетворення визнається всебічний розвиток людського капіталу. Разом з тим інтенсифікація накопичення людського капіталу вимагає глибокого осмислення його сутності на понятійному рівні.

Мета дослідження. Дослідити місце людського капіталу в економічній науці.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використовувалися методи опрацювання інформації, системно-історичний аналіз.

Отримані результати. Для стабільного розвитку країни головною рушійною силою соціально-економічного прогресу є люди. В останні роки зростає інтерес до людських творчим здібностям, спостерігається збільшення інвестицій в людський капітал. В якості інвестицій в людський капітал необхідними вкладеннями є витрати пов'язані з утворенням, здоров'ям, якістю

життя населення. Країни, що інвестують в людський капітал, отримують значні переваги. Ці вкладення виявляються більш прибутковими, ніж вкладення в основний капітал і сприяють зростанню продуктивності праці і ефективності економіки. Від вартості людського капіталу залежить добробут країни в цілому.

За показниками тривалості та якості життя, здоров'я населення перші позиції займають країни, в яких належну увагу приділяють охороні здоров'я та інвестуванню в накопичення людського капіталу. Держави, які мають низький рівень ВВП на душу населення, недостатні витрати на охорону здоров'я отримують низькі показники очікуваної тривалості життя.

Людський капітал займає важливе місце в розвитку економіки і є головною продуктивною силою. Теорія людського капіталу отримала визнання і поширення в усьому світі.

Дослідження теорії людського капіталу почалося з виникненням проблем відтворення робочої сили. З'явилася потреба у створенні якісно нової робочої сили. Розвиток науково-технічного прогресу, економічне зростання і розширення економічних зв'язків призвели до появи нового підходу для вирішення даних питань. Підходи до вивчення людського капіталу в цілому доповнюють один одного при описі складових його компетенцій: придбаних завдяки інвестиціям в навчання і вроджених, розвиваються в процесі соціалізації здібностей і навичок.

Людський капітал являє собою економічні відносини, що виникають у зв'язку з капіталізацією сукупності набутих і вроджених якостей його володаря, що виражаються в знаннях, уміннях, навичках, здібностях, фізичному, психічному і соціальному здоров'ї, що дозволяють індивіду значно перевищити середній по здійснюваному ним виду діяльності рівень продуктивності і якості праці, забезпечуючи цим собі і суспільству зростаючий дохід.

Теорія людського капіталу, що з'явилася в другій половині ХХ ст. і отримала динамічний розвиток, особливо затребувана зараз, оскільки вона має тісний зв'язок з марксистською теорією ринку праці, інституціональною економічною теорією, що розвивається, теорією людських відносин, пов'язуючи

воєдино методологічну базу дослідження ролі людини в економіці, і різні наукові дисципліни, що включають економіку, соціологію, психологію та менеджмент.

Саме така теорія, яка динамічно розвивається та включає фундаментальні аспекти і суто прикладні, має міждисциплінарний характер є необхідною методологічною основою для забезпечення переходу до економіки інноваційного типу.

Формування людського капіталу відбувається одночасно при впливі зовнішніх по відношенню до нього умов (доходу, інвестицій, інформації, освіти, охорони здоров'я, культури) і внутрішніх причин саморозвитку (унікальних здібностей, творчої праці, самоосвіти).

Відповідно до сучасного погляду на складові частини людського капіталу у нього можуть входити вроджений, освітній, біологічний і соціальний людський капітал. Вкладення в людський капітал підвищують здібності його володаря адаптуватися до змін. Маючи довгострокову віддачу, такі інвестиції, тим не менш, є одними з найефективніших, особливо в разі їх реалізації на максимально ранніх етапах життя людини. Невід'ємними компонентами будь-якого виду людського капіталу виступають знання і навички [Перепьолкіна О. В. Людський капітал у процесі структурних зрушень в економіці].

У міру розвитку економічної науки склад елементів, що включаються в людський капітал неухильно розширювався. Якщо спочатку бралися до уваги тільки необхідні для виконання роботи знання і навички індивіда, що дозволяють отримувати дохід, то згодом стали враховуватися неринкові види діяльності і вигоди від них. У число сфер, що формують людський капітал, поряд з освітою, наукою і охороною здоров'я, стали включати виховання, культуру, інформаційне забезпечення.

Висновки. Сукупність суспільних відносин впливає на процес накопичення людського капіталу. У сучасній економіці людський капітал є найпродуктивнішим, найбільш мобільним та гнучким у використанні ресурсом.

Гладкова О.В., Дашутіна І.Ф.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Конкурентні переваги діяльності національних фармацевтичних компаній

olgladkova25@gmail.com

Тема конкуренції завжди була, є і буде актуальною для розгляду. Конкуренція є невід'ємною частиною ринкової економіки, за її допомогою компанії здійснюють контакт одна з одною. До розробки стратегії і системи управління необхідно зрозуміти, яке положення вона займає на ринку, в чому перевага її конкурентів і за рахунок яких чинників підвищення конкуренції вона може зробити свій бізнес успішнішим.

Фармацевтична галузь з одного боку є досить консервативною, з іншого - має широкі можливості для розвитку продукту та залучення якомога більшої кількості покупців за рахунок впровадження новітніх методів конкуренції. Станом на початок 2021 року основні тенденції розвитку національних фармацевтичних компаній у порівнянні із попередніми роками залишалися незмінними. Так, ключовими трендами даного року були:

- зростання кількості рецептурних препаратів;
- слабке зростання препаратів, що відпускаються без рецепта;
- зниження обсягу продажів протизастудних засобів.

В цілому фактори забезпечення конкурентоспроможності фармацевтичної компанії поділяються на зовнішні (на які компанія не може мати значного впливу) і внутрішні. Так, до зовнішніх було віднесено: державну політику, рівень розвитку економіки країни, заходи впливу економічного характеру (податкову/фінансову політики), інфраструктурне забезпечення, наявність науково-технічного потенціалу, систему підготовки кадрів, державну систему сертифікації, правове забезпечення, можливості конкурентів.

Серед внутрішніх факторів конкурентних переваг виділяють: якість управління, технології та рівень виробничих процесів, виробничу і організаційну структури компанії, рівень інформаційної забезпеченості, наявність ефективної

конкурентної стратегії, клієнтську базу, кваліфікацію персоналу і його мотивацію, використання НТП і його рівень, репутацію і імідж компанії, збутову систему тощо.

Лідери галузі успішно застосовують перераховані вище фактори для ефективного ведення свого бізнесу. Але, у зв'язку із жорсткою конкурентною боротьбою на фармацевтичному ринку розглянемо інструменти, які можуть дозволити компаніям підвищити свою конкурентоспроможність.

Найпростіше виробникам вдається реалізовувати просування ЛЗ безрецептурного типу. В даному випадку і обмежень з боку держави менше, і різні інструменти для підвищення конкуренції впроваджуються простіше і ефективніше. Так, останнім часом найбільшою популярністю користується Digital-інструменти (e-mail, SMS-розсилки, он-лайн заходи, віддалені візити) просування фармацевтичних продуктів на ринок. Лідери ринку активно використовують дані інструменти для збільшення числа продажів і зростання лояльності покупців.

Digital-інструменти вимагають від компанії великих інвестицій в рекламу і просування своїх лікарських засобів. Як відомо, рекламні кампанії ЛЗ за традицією лідирують за масштабами на телебаченні. Велика частина бюджетів фармацевтичних компанії витрачається на просування препаратів від застуди, знеболюючих і від проблем з шлунково-кишкового тракту. Канал digital, як і раніше, є ефективним і досить перспективним для виробників ліків. Зростає популярність рекламних роликів в Інтернеті і соціальних мережах. Фармацевтичні компанії запускають власні сайти і проекти. Наприклад, це може бути сайт про здоров'я з різними статтями про корисне харчування і важливості регулярного заняття спортом з акуратно вбудованим рекламним слоганом якого-небудь БАДу або вітамінів.

Популярність набирають форуми та соціальні мережі для лікарів. Там проводяться онлайн семінари та конференції, де лікарям розповідають про переваги даного препарату та в дослідженнях, пов'язаних з ним. Також можна

спостерігати просування ліків в медичних установах і аптечних мережах. Тут в хід йдуть різні банери, шелфтокери, воблери, сувенірна продукція та інше.

Що стосується реалізації рецептурних препаратів - тут значних нововведень за останні роки не з'явилося. Даний сегмент знаходиться під жорстоким контролем держави, тому реклама препаратів поза фахових видань і заходів заборонена. Виробники рецептурних препаратів вкладають кошти в проведення різних заходів, стають спонсорами медичних подій, друкують свої препарати в медичних журналах і оформляють стенди і банери на медичних конференціях.

Досліджуючи результати діяльності відомих світових компаній, вчені встановили, що основним джерелом конкурентних переваг в сучасному бізнесі є здатність управлінців інтегрувати розрізнені технологічні, управлінські, організаційні та виробничі навички, досвід і знання в корпоративні компетенції. Дуже важливо, щоб всі фактори і інструменти працювали воедино, для досягнення спільної мети компанії. В такому випадку фірма зможе швидше реагувати на постійно мінливі на ринку умови, протистояти своїм конкурентам і показувати стабільне зростання.

Підсумовуючи все вищезазначене, можна зробити висновок, що для того, щоб займати лідерські позиції на ринку необхідно закладати в бюджет витрати на НДДКР, рекламу і просування по різним Digital-каналах; стежити за новими можливостями на ринку, такими як реалізація лікарських засобів через інтернет.

Гладкова О.В., Бондаренко Ю.А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Теоретичні аспекти формування системи управління конкурентоспроможністю фармацевтичних компаній

olgladkova25@gmail.com

У сучасних умовах розвитку фармацевтичних компаній їх конкурентоспроможність розглядається як один з аспектів менеджменту, дія якого спрямована на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг й забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Ринкова конкуренція ставить перед компаніями завдання щодо пристосування до вимог мінливого конкурентного середовища функціонування, зокрема завдяки розв'язанню проблеми формування ефективної системи управління конкурентоспроможністю. Саме конкурентоспроможність підприємства забезпечує його можливість зберігати або розширювати конкурентні позиції на цільовому ринку та впливати на ринкову ситуацію через пропозицію якісної продукції чи послуги, задовольняючи специфічні вимоги споживачів і забезпечуючи ефективність функціонування.

Метою даного дослідження є визначення теоретичних основ формування системи управління конкурентоспроможністю національних фармацевтичних компаній.

Матеріали та методи. У якості матеріалів дослідження виступали роботи провідних вчених економістів України та дальнього зарубіжжя, у тому числі і фахівців Національного фармацевтичного університету. У якості методів дослідження були використані абстрактно-логічний метод – при узагальненні теоретичних положень і формулюванні висновків; метод історичного аналізу та теоретичного узагальнення – для аналізу робіт зарубіжних і вітчизняної вчених-економістів; метод групувань - для визначення компонентної формування системи управління конкурентоспроможністю компанії.

Отримані результати. Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю фармацевтичної компанії ґрунтується на використанні базових положень теорії управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління.

Метою управління конкурентоспроможністю компанії є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Об'єктом управління конкурентоспроможністю компанії є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення її життєздатності як суб'єкта економічної конкуренції.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю компанії є визначене коло осіб, що реалізують його (управління) мету: власник фармкомпанії, вищий управлінський персонал компанії (директор, заступники директора та керівники підрозділів підприємства), лінійні менеджери операційних підрозділів компанії, державні та відомчі управлінські структури та органи.

З позиції процесного підходу управління конкурентоспроможністю компанії розглядається як процес реалізації певної сукупності управлінських функцій – встановлення цілі, планування, організації, мотивації та контролю діяльності щодо формування конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності фармацевтичної компанії як суб'єкта економічної діяльності

До базових принципів управління конкурентоспроможністю слід віднести такі: єдності теорії та практики управління конкурентоспроможністю компанії; системності управління; наукової обґрунтованості управління; ранжування об'єктів управління за їх важливістю; багатоваріантності; зіставленості управлінських рішень за аналізом їх варіантів; збереження та розвитку конкурентних переваг підприємства; ринкової орієнтації; цільової спрямованості; комплексності; гнучкості та етапності.

Враховуючи вищенаведене, слід констатувати, що процес управління конкурентоспроможністю фармацевтичної компанії має включати ряд дій: моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі й на ринку; діагностику конкурентоспроможності компанії та його основних конкурентів; конкурентне позиціонування компанії (вибір стратегічних господарських підрозділів з перевагами у конкурентній боротьбі); розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю компанії; реалізація конкурентної стратегії компанії.

В цілому система управління конкурентоспроможністю – це сукупність взаємопов'язаних елементів, що об'єднані у блоки, цілеспрямована дія яких в комплексі вирішує завдання оперативного прийняття рішень щодо коригування на підставі періодичного розрахунку за даними статистичної інформації рівня конкурентоспроможності з метою його збереження чи зміни залежно від заданих масштабів діяльності або завдань щодо їх зростання та управління

Висновки. Вважаємо, що сформована система управління конкурентоспроможністю фармацевтичної компанії в подальшому дозволили виділити в організаційно-економічному механізмі управління конкурентоспроможністю блоки управління рівнем конкурентоспроможності та управління системою факторів забезпечення конкурентоспроможності, що далі стає базою для розробки методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності та рекомендацій щодо забезпечення її достатнього рівня для ефективного функціонування підприємства на ринку.

Корнієнко О.М., Степанюк В.Р., Корнієнко В.В.

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

Львівський національний університет імені Івана Франка

Особливості інфраструктури аптечних закладів Львівської області в розрізі новостворених територіальних громад

lesyakorn@ukr.net

Вступ. У структурі вітчизняного фармацевтичного ринку упродовж останніх років спостерігається незначне коливання кількості аптечних закладів (АЗ), проте внаслідок жорсткої конкуренції змінюється його інфраструктура. Львівська область є доволі великою територіально-адміністративною одиницею західного регіону України, тому дослідження особливостей локалізації АЗ Львівщини є актуальним.

Мета дослідження. Встановити особливості інфраструктури АЗ Львівської області в розрізі новостворених адміністративних районів і територіальних громад.

Матеріали та методи. Об'єктами дослідження були Реєстр місць провадження діяльності з оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами (ЛЗ), Розпорядження КМ України від 12.06.2020 № 718-р «Про визначення адміністративних центрів та затвердження територій територіальних громад Львівської області». Використовувались методи інформаційного пошуку, узагальнення та системного аналізу даних вторинної маркетингової інформації.

Результати. З'ясовано, що станом на 20.09.2021 р. на території Львівської області фармацевтичне забезпечення населення здійснюють 1345 АЗ, зокрема: 15 аптечних складів, 1093 аптеки (з них 37 володіють ліцензією на виробництво/виготовлення ЛЗ в умовах аптеки) та 237 аптечних пунктів. Більшість місць провадження діяльності з роздрібною реалізацією лікарських засобів функціонують у містах (86,4%), у селах і селищах міського типу – значно менше (відповідно 8,1% і 5,5%).

На даний час в Україні сформовано новий адміністративно-територіальний устрій, згідно з яким територія Львівської області поділяється на 7 адміністративних районів, створено 73 об'єднаних територіальних громад (ОТГ). Майже третина населення області проживає у Львівській ОТГ (31,1%), найбільшим за територією і кількістю населення є Львівський район, який налічує 23 ОТГ (4976,2 км², 1149976 мешканців). Значна кількість ОТГ розміщена на територіях Стрийського і Самбірського районів (14 і 11 відповідно), дещо менше – у Червоноградському і Золочівському (по 7 ОТГ), а також Яворівському і Дрогобицькому (6 і 5 відповідно).

Встановлено, що майже половина усіх місць провадження діяльності з роздрібною реалізацією лікарських засобів розташовані у Львівському районі (47,4%), з них понад третина – у Львівській ОТГ (35,8%). Значна кількість АЗ функціонують у Стрийському і Дрогобицькому районах (відповідно 12,7% і 11,7%), дещо менше – у Самбірському і Червоноградському (відповідно 8,0% і 7,9%), найменше – у Яворівському і Золочівському (відповідно 6,0% і 5,7%).

У середньому по області забезпеченість населення складає 1868 осіб на один АЗ, причому найвищим цей показник є у Дрогобицькому районі (1503 особи на один АЗ), дещо меншим – у Львівському і Стрийському (відповідно 1825 і 1829). У Самбірському, Золочівському, Червоноградському та Яворівському районах один АЗ обслуговує у середньому понад дві тисячі осіб (відповідно 2092, 2104, 2179, 2225).

Висновки. Між новоствореними адміністративними районами Львівської області АЗ розподілені неоднорідно, здебільшого такий розподіл пропорційний кількості мешканців і ОТГ, проте у Дрогобицькому районі спостерігається найвища забезпеченість населення АЗ.

Krupyna S., Kyslova V., Savchenko L.

National Aviation University, Kyiv

Environmental aspects of the use of sea transport

lidia_savchenko@ukr.net

Introduction. For the marine industry, the environmental issue is the most important one. The oceans cover 70% of the earth's surface, it regulates numerous processes on our planet, forms the climate, and contains huge reserves of seafood. It is a proven fact that the marine industry amasses millions of tons of garbage and waste products from day to day operations each year causing massive marine pollution.

The aim of the study. The aim is to assess the environmental risks associated with the use of maritime transport in logistics, as well as to find possible ways to reduce them.

Materials and methods. Sea transport also contributes to environmental pollution [1]. In connection with the development of the economy and the increasing scale of human economic activity, the transportation of various goods by water transport is increasing, which makes up 60-67% of the world cargo turnover. At the same time, there is a negative impact on the environment, its pollution, the consequences of which affect both the existing generation and may affect the future. Therefore, the impact of water transport on the environment is an relevant and urgent problem of today [4].

Pollution occurs through three main channels:

- pollution of the hydrosphere and atmospheres with wastes of operational activities;
- accidental pollution with toxic cargo;
- noise pollution.

Pollution of the hydrosphere and atmospheres

Pollution of the hydrosphere occurs due to the discharge of waste and oily waters. Sources of ship wastewater are:

- flushing wastes of human physiological activity;

- domestic water drains: laundry, galley, washbasins, baths, showers;
- food waste.

The discharge of oily (ballast) water from tankers negatively affects the state of the aquatic environment. They account for more than half of the total oil pollution. The content of phosphorus and nitrogen in the effluent, as well as the release of oil, leads to excessive blooming of water plants, which consume an increased amount of oxygen from the water, which provokes the death of fish.

Accidental pollution with toxic cargo

Ship accidents cause 14% of oil pollution in the environment. The main causes of accidents:

- collisions;
- grounding;
- imperfect design or navigation equipment;
- explosions;
- fires;
- damage to engines.

The duration of the oil slick and slick existence depends on many factors and ranges from several hours to several months. It is able to spread over considerable area. With a high density of the product, oil sinks to the bottom. And only up to 40% of the spilled oil evaporates.

Noise pollution:

The main sources of noise on board ships are:

- power plants;
- auxiliary mechanisms;
- ventilation and air conditioning systems;
- lead screws;
- impacts on the body of waves or ice.

Noise pollution spreads over long distances and poses a threat to animals that use sound to communicate, navigate and feed. According to experts, increased noises

cause hearing loss in dolphins and whales, which provokes their being thrown ashore and killed [2].

To oversee that the shipping industry abides to the international laws and regulations, Marine Environmental Protection Committee (MEPC) and similar other groups have been formed. These Marine Environmental groups play an important role in controlling and downsizing the wastes produced due to the maritime operations.

Waste and Garbage generated onboard ships which contribute to marine pollution comprise of chiefly plastics, dunnage and packing material, cleaning material and rags, paper products, food waste, remains of paints, solvents and chemicals. Proper handling of these waste products is critical to prevent marine pollution.

In order to reduce the waste, seafarers should take an active part in efficient ship operations and in reducing garbage production on ships.

1. All marine operators to put in place waste and garbage management system with proper stowage and segregation procedures for various categories of waste materials such as plastics, batteries, food wastes, dunnage, metallic wastes, chemicals, etc. Companies should imply strict adherence to the MARPOL regulations and maintain zero dumping policy onboard their fleet.

2. Compactors should be used effectively to reduce the volumes of mainly plastics and other waste material which can be compressed.

3. Food waste can be comminuted and discharged at sea.

4. Ship Owners and marine operators to effectively prepare, constitute and implement a Waste Recycling and Management Plan for recycling techniques and procedures that could be carried out at sea [6].

It is also imperative to understand the effects associated by air emissions which are caused due to colossal amounts of energy usage. Replacing the conventional halogen and the incandescent light bulb with the new age LED bulbs or similar fluorescent lights which consume lesser energy is one of environmentally friendly action onboard marine vessels and installations [3, 5].

Results. As a result of the work carried out, an assessment of the main environmental risks of using sea transport in logistics was carried out, as well as an

assessment of possible measures to reduce the environmental load from this type of transport.

Conclusions. Sea transport is a cheap means of delivering large volumes of cargo over long distances. However, its use is associated with some environmental risks, which requires special attention when organizing maritime logistics. The developed recommendations of international organizations help to reduce the potential and existing harm to the environment.

References

1. Торский В., Роль морского транспорта в решении глобальных проблем человечества. Морское обозрение. 2015. № 2. 1–3.
2. Субботина О. Влияние морского и речного транспорта на окружающую среду, как насущная проблема современности. 2019. <https://greenologia.ru/eko-problemy/gidrosfera/rechnoi-transport.html>
3. Bikram Singh. Marine Pollution by Ships. 2021. Marine Environment. <https://www.marineinsight.com/environment/marine-pollution-by-ships-tips-for-reducing-recycling-waste-at-sea/>
4. Григорак М.Ю., Варенко Ю.В. Принципы «зеленой логистики» в деятельности логистических провайдеров. Математическое моделирование, оптимизация и информационные технологии: 4 междун. научн.конф., 25-28.03.14, мат-конф. Кишинев, 2014. Т.2. 139-146.
5. Гриценко С.І., Савченко Л.В. Екологістика. Навчальний посібник для здобувачів ОС «Бакалавр» спеціальності «Менеджмент». К.: НАУ, 2021. 240 с.
6. Savchenko, L., Gordienko, A. Green logistics impact on international trade. InterConf, (53). 2021. <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/interconf/article/view/11917>

Носуліч П. В., Братішко Ю. С.

Медичний центр «Добробут», м. Київ

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Соціальний репортинг у фармації

yezjf@nuph.edu.ua

В сучасних умовах господарювання дуже великого значення набуває позиціонування компаній, в тому числі фармацевтичних компаній (ФК) як соціально відповідальних організацій. Тому процес оцінки фактичного рівня соціальної відповідальності (СВ) фармацевтичного бізнесу доцільно завершувати складанням соціального звіту.

Треба відзначити, що регулярне складання, оприлюднення та розповсюдження соціальних звітів (соціальний репортинг) ФК є ефективним інструментом доведення власної соціально відповідальної позиції будь якої ФК до всіх стейкхолдерів.

Метою дослідження є вивчення сутності, значення та особливостей соціального репортингу.

При виконанні дослідження були використані методи: контент-аналізу, наукового синтезу, узагальнення, спостереження, експертний метод, метод моніторингу, угруповання, вимірювання та ін.

За даними вивчення літературних жерел та практики ведення СВ нами встановлено, що сьогодні складання соціальної звітності має три форми:

1) довільна форма (найпоширеніша форма соціального звіту), яка не передбачає жодних критеріїв та вимог, складається на розсуд компанії, найчастіше має акценти на благочинність, або екологічність діяльності, або турботу про персоналу та ін.;

2) комплексна форма соціального звіту за методом потрійного підсумку (Triple Bottom-Line), яка полягає у висвітленні економічних, екологічних та соціальних результатів діяльності, містить дуже широкий спектр інформації, яка стосується діяльності компанії щодо всіх своїх стейкхолдерів;

3) стандартизована форма соціального звіту (GRI, AA1000, SA8000), яка надає можливість порівняння зі звітами інших компаній, визначення соціально відповідального рейтингу компанії, є на сьогодні найбільш прогресивною та надає можливість проведення соціального аудиту.

Нами рекомендовано вітчизняним ФК віддавати перевагу складанню соціальної звітності відповідно до стандарту GRI за версією G4, який є комплексним, нараховує 36 модулів, серед яких 3 обов'язкових та 33 спеціалізованих, що містять понад 70 показників в області економіки, екології та соціальної відповідальності.

Існує шість рівнів застосування GRI, три з яких вимагають проходження зовнішнього підтвердження. Чотири рівня з шести припускають наявність відомостей про підходи в сфері менеджменту, публікацію інформації по 20 і більше показникам результативності. GRI пояснює взаємозв'язок звітності зі стійкого розвитку та інтегрованої звітності. У версії G4 також враховано принципи Глобального договору ООН та розроблені Організацією економічного співробітництва та розвитку (OECD) принципи для мультинаціональних корпорацій.

Загальні стандартні елементи соціальної звітності за стандартом GRI, які повинні міститися у звітах ФК, доповнені за результатами наших досліджень, наведені нижче: Стратегія та аналіз. Профіль організації. Виявлені суттєві Аспекти та Межі. Взаємодія з зацікавленими сторонами. Загальні відомості про звіт. Корпоративне управління. Етика і сумлінність.

Специфічні стандартні елементи соціальної звітності: 1) Інформація про підходи в сфері керування.

2) Показники:

2.1) категорія «Економічна»: економічна результативність; присутність на ринках різних країн; непрямі економічні дії; практики закупівель; показники інноваційної діяльності; показники відповідальності перед акціонерами та власниками; показники сталості відносин із бізнес партнерами.

2.2) категорія «Екологічна»: впровадження ресурсо- і енергозберігаючих технологій; біорізноманіття; викиди; відходи; екологічність; відповідність вимогам екологічних стандартів; транспорт; загальна інформація; екологічна оцінка постачальників; механізми подачі скарг на екологічні проблеми.

2.3) категорія «Соціальна»: практика трудових відносин та гідна праця: зайнятість, взаємини співробітників і керівництва, здоров'я і безпека на робочому місці, навчання та освіта, різноманітність і рівні можливості, рівна винагорода для жінок і чоловіків, оцінка практики трудових відносин постачальників, механізми подачі скарг на практику трудових відносин; права людини: інвестиції, недопущення дискримінації, свобода асоціації і ведення колективних переговорів, дитяча праця, примусова або обов'язкова праця, практики забезпечення безпеки, права корінних і нечисленних народів, оцінка, оцінка дотримання постачальниками прав людини, механізми подачі скарг на порушення прав людини; суспільство: місцеві спільноти, протидія корупції, державна політика, перешкода конкуренції, відповідність вимогам, оцінка дії постачальників на суспільство, механізми подачі скарг на вплив на суспільство, розвиток корпоративної культури; відповідальність за продукцію: здоров'я і безпека споживача, маркування продукції та послуг, маркетингові комунікації, недоторканність приватного життя споживача, відповідність вимогам.

Отже, як показав проведений нами аналіз, в Україні лише деякі ФК вважають за необхідне складати соціальний звіт (синоніми: звіт про сталий розвиток, нефінансовий звіт, публічний звіт, звіт про розвиток, звіт про соціальну відповідальність, звіт про прогрес).

Але його впровадження і застосування є великим кроком у бік європейських стандартів ведення бізнесу чесно, відкрито, прозоро та відповідально. Також соціальний звіт є певним сигналом іноземному інвесторові про те, що компанія має довгостроковий план розвитку, піклується про свою репутацію та заслуговує на довіру.

Попова І.А., Пруднікова О.Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Обґрунтування розвитку аптечних закладів в сільській місцевості

ira_popova_dik@ukr.net

Актуальність дослідження. Аптечні підприємства здійснюють важливий внесок у розвиток українського фармацевтичного ринку. Тому дуже важливо слідкувати за станом аптечного ринку країни, для того щоб мати уявлення про загальний стан фармацевтичної галузі. Особливо гостра проблема лишається в забезпеченні сільського населення найнеобхіднішими лікарськими засобами. На цей час в багатьох сільських населених пунктах відсутні аптеки і навіть аптечні пункти, що негативно впливає на популяцію сільського населення.

Метою дослідження є аналіз основних тенденцій соціально-ефективної організації фармацевтичного забезпечення населення в сільській місцевості в Україні.

Методологічною основою дослідження є наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань розвитку фармацевтичного забезпечення. У роботі використано: статистичний метод; методи аналізу і синтезу; метод порівняння; системно-аналітичний.

Основні результати дослідження. Нерівномірність просторового розміщення та щільність населення у регіонах України є одним із факторів, що може впливати на прийняття рішення щодо розгортання діяльності аптечних закладів з метою покращення доступу сільського населення до ліків і виробів медичного призначення, оскільки свідчить про регіональну диференційність формування попиту на ліки та медичні вироби з боку сільського населення, а отже — і на нерівномірність формування пропозиції з боку фармацевтичного ринку.

Як відомо, згідно з існуючим законодавством, в сільській місцевості дозволено реалізовувати лікарські засоби через фельдшерсько-акушерські пункти (ФАП) за договором з центральною районною аптекою. Однак не в

кожному селі є пункти, повністю укомплектовані постійним штатом. Взагалі кадрова проблема є центральною в питанні забезпечення сільського населення медикаментами. Лікарі та фармацевти з міст не хочуть працювати в селах, а ті, хто проживає в сільській місцевості, часто залишають цю роботу, оскільки вона не може забезпечити кошти для існування. У підсумку в Україні зараз існує чимало сіл, в яких лікарські засоби придбати ніде.

У районних центрах медикаментозне забезпечення населення здійснюють центральні районні аптеки, які часто є монополістами в цій сфері. Відсутність конкуренції призводить до того, що ціни в цих аптеках нерідко вищі, ніж в обласних центрах або в столиці. Поряд з цими структурами в районних центрах діють і приватні компанії по реалізації лікарських засобів. Перевагами таких компаній є мобільність, можливість швидко реагувати на ринкові зміни, велика «маневреність» в кадровому питанні, гнучкість в ціноутворенні.

Як свідчать статистичні дані розподілу населення України, майже третину становить сільське населення. З огляду на зазначене, аналіз останніх наукових досліджень і публікацій дав змогу сформулювати сучасні проблеми у фармацевтичному забезпеченні сільського населення України, а саме: наявність соціально-демографічних диспропорцій в окремих регіонах України; тенденція старіння населення; відсутність рівноправного доступу до лікарських засобів (ЛЗ) міського та сільського населення; недостатня забезпеченість населення аптечними закладами в сільській місцевості та їх відсутність у віддалених сільських територіях.

Значною проблемою в забезпеченні сільського населення ЛЗ є зростання цін на лікарські препарати, що обумовлено низьким рівнем пенсій, безробіттям громадян. Зростання цін на лікарські засоби призвело до зменшення реалізації ліків із сільської аптечної мережі й ліки для сільських жителів фактично стали недоступними. Ситуація, що склалася з забезпеченням сільського населення ЛЗ, унеможлиблює здійснення реформування сільської охорони здоров'я та проведення раціональної фармакотерапії, особливо в умовах слабкої санітарно-освітньої роботи на селі.

Зазначені проблеми можливо вирішити тільки шляхом втручання в цю діяльність місцевих громад за рахунок підтримки діяльності сільської аптечної мережі. Для реального забезпечення рентабельності діяльності аптеки, сільська громада має взяти на себе витрати, пов'язані з орендою приміщень, освітленням та опаленням, витратами на інші комунальні послуги та безкоштовно надати житло для фармацевтичного працівника аптеки, незалежно від форми власності, звільнити аптеку від сплати податку на землю. Таким чином, такі преференції дозволять вирішити проблеми функціонування сільської аптечної мережі та забезпечення її фармацевтичними кадрами. Слід зазначити, що в сільських населених пунктах є достатня кількість пустих будинків, де можна після відповідного ремонту створити належні умови для проживання фармацевтичних працівників. Доцільно також мати в аптеці базу даних про потребу в препаратах, які постійно використовують хворі з хронічними захворюваннями цього сільського населеного пункту. Це дасть можливість завчасно завозити необхідні ЛЗ в аптеку чи аптечний пункт.

Висновок: узагальнюючи вищенаведене слід зазначити те, що в даний час вирішити проблему належної організації забезпечення сільського населення ЛЗ лише на основі комерційних підходів неможливо. На законодавчому та урядовому рівні мають бути задіяні соціальні підходи та передбачені чіткі преференції від держави і, що дуже важливо, від місцевих громад необхідна підтримка діяльності аптечних закладів, які функціонують в сільських населених пунктах.

Секція 2 Актуальні проблеми реформування системи охорони здоров'я в Україні

Гладкова О.В., Семиренко А.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Фінансове планування в закладах охорони здоров'я

olgladkova25@gmail.com

Вступ. Система охорони здоров'я є надзвичайно складною і багатогранною галуззю, діяльність якої передбачає функціонування розгалуженої мережі лікувально-профілактичних, санітарноепідеміологічних, оздоровчих закладів та наявність висококваліфікованих фахівців. Вона є високотехнологічною і наукомісткою сферою діяльності, що вимагає постійного впровадження досягнень науки, впровадження інноваційних технологій надання медичних послуг, а через це і значних інвестицій у власний розвиток. Адже саме від цього залежать якість медичного обслуговування населення та стан його здоров'я.

Одним із основних чинників, що впливає на результативність і ефективність функціонування системи охорони здоров'я, є її фінансове забезпечення. В умовах недостатності бюджетного фінансування державна медицина в Україні не в змозі якісно виконувати свої функції, і тому надзвичайно актуальними сьогодні є проблеми пошуку додаткових джерел фінансового забезпечення закладів охорони здоров'я (ЗОЗ) та здійснення ефективного фінансового планування наявних коштів.

Метою дослідження є надання пропозицій щодо організації фінансового планування у ЗОЗ.

Методами дослідження стали сучасні економічні, фінансові та статичні методи, аналіз та синтез, абстрактний метод, метод порівнянь.

Отримані результати. Фінансове планування є «одним з методів успішного управління економікою, з накопиченим значним позитивним досвідом застосування», який в сфері охорони здоров'я формує його майбутній бажаний стан. Управління фінансами системи охорони здоров'я здійснюється

шляхом визначення пріоритетних напрямків її розвитку з метою виконання державних гарантій надання якісної медичної допомоги населенню.

Об'єктами фінансового планування в сфері охорони здоров'я є фінансові відносини (економічні зв'язки між суб'єктами сфери охорони здоров'я, що здійснюються в грошовій формі) і фінансові ресурси (грошові надходження, отримані в результаті перерозподілу, і грошові доходи за надання платних послуг).

Фінансове планування в сфері охорони здоров'я полягає в необхідності одночасного планування як обсягу фінансових ресурсів сфери і можливостей джерел фінансування витрат на охорону здоров'я, так і графіку надходжень необхідних фінансових ресурсів і здійснення платежів.

Фінансове планування доцільно почати з комплексного аналізу фінансового стану сфери охорони здоров'я, за результатами якого можна буде зробити об'єктивні висновки. Особливу увагу необхідно приділити питанню збалансованості обсягу надходжень фінансових коштів з різних джерел і потребами в їх витрачання для надання медичної допомоги населенню. Це дозволить зробити висновки про необхідність реформування організації фінансування сфери охорони здоров'я з метою підвищення ефективності її функціонування в цілому.

Для сфери охорони здоров'я необхідно виділити наступні види фінансового планування:

1. Оперативне, результатом якого є складання окремих планів (фінансових надходжень, фінансових витрат, план витрачання грошових коштів) або бюджетів, що представляють собою кількісне визначення доходів і витрат у вартісному вираженні, при цьому періодом планування є декада, місяць, квартал.

2. Поточне, плановий період якого становить більш тривалий проміжок - півріччя, рік, при цьому результатом є складання фінансового плану, що є відображенням комплексу запланованих заходів, який необхідно реалізувати для досягнення суб'єктом господарювання поставлених цілей, основною з яких є надання якісних медичних послуг населенню.

3. Стратегічне планування - є найбільш довгостроковим видом планування, при якому складається план дій для досягнення поставленої мети на досить тривалу перспективу, більш ніж на рік.

Одна з основних завдань фінансового планування полягає у визначенні додаткових потреб у фінансуванні та надання медичної допомоги. Найбільш дискусійним є питання про альтернативні бюджетними коштами і коштам системи обов'язкового медичного страхування джерела фінансування. Саме з цим пов'язані дискусії про можливі напрямки реформування сфери охорони здоров'я.

Початковим етапом внесення змін в організацію функціонування сфери охорони здоров'я є визначення цілей реформування і постановка задач для її досягнення. Саме на даному етапі закладається основа, на якій буде будуватися нова модель організації сфери охорони здоров'я.

Наступним етапом є безпосередньо моделювання бажаного майбутнього стану сфери. Визначаються основні параметри функціонування сфери охорони здоров'я, взаємозв'язки між ними, а також терміни їх досягнення. Потім здійснюється вибір способів досягнення бажаного стану охорони здоров'я. Після чого починається безпосередньо реалізація заходів з реформування сфери по намічених і узгоджених напрямках.

Після кожного виконаного етапу необхідна оцінка отриманих результатів та зіставлення з спочатку заданими цілями реформування.

Наступним етапом фінансового планування в ЗОЗ є розробка фінансового плану. В основу фінансового плану ЗОЗ повинні бути покладені витрати на надання обсягу медичних послуг.

Таким чином, найбільш раціональним стосовно до сфери охорони здоров'я буде короткострокове фінансове планування в рамках одного року з поквартальним підбиттям підсумків виконання фінансового плану. Саме це і є наступним кроком - реалізація фінансового плану сфери охорони здоров'я.

Завершальним етапом повинна стати оцінка ефективності функціонування сфери охорони здоров'я з внесенням коригувань в поточний план або визначенням пріоритетів для складання фінансового плану на майбутній рік.

Висновки. Таким чином вважаємо, що тільки комплексний підхід до реалізації фінансового планування дозволить на практиці досягти позитивних результатів і підвищити ефективність функціонування ЗОЗ на муніципальному та державному рівнях.

Добриця Я.В.¹, Посилкіна О.В.²

¹Харківський національний медичний університет

²Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Побудова системи управління якістю медичної допомоги в закладах охорони здоров'я

7894235@ukr.net

Вступ. Більш звичне для нас поняття «контроль якості» медичної допомоги на сьогоднішній день трансформувалося в поняття «система управління якістю» (СУЯ). Аналізуючи за даними літератури питання забезпечення якості надання медичної допомоги, ми прийшли до висновку, що у більшості країн світу якість розглядається як основа національної політики в сфері охорони здоров'я. В багатьох країнах прийняті і успішно застосовуються програми забезпечення якості медичної допомоги. Водночас численні матеріали свідчать, що значна кількість медичних втручань, в тому числі і в країнах Європейського союзу, здійснюється на рівні, нижчому, ніж бажаний. Як свідчить практика, значна частка клінічних процедур є недоцільною та нерентабельною. Крім того, є переконливі дані, що до 20% медичних втручань є неефективними. На сьогодні реєструються надзвичайно великі розбіжності в результатах медичної допомоги не лише між країнами або регіонами однієї країни, а й між окремими закладами охорони здоров'я (ЗОЗ) та лікарями. Безумовно, проблеми управління та оцінки системи якості медичної допомоги є найважливішими для будь-якої держави і за будь-якої моделі системи охорони здоров'я (ОЗ).

Нагальним завданням для України є реформування, а практично створення нової системи ОЗ з якісною медичною допомогою. І якщо перші етапи реформи ОЗ (реформа первинної ланки та спеціалізованої допомоги II рівня) впроваджені в певній мірі в нашій державі, то система управління якістю (СУЯ) медичної допомоги - це поки що категорія, яка потребує усвідомлення, законодавчого вдосконалення, персональної відповідальності, і, обов'язково - пріоритетності.

Метою дослідження є аналіз сутності СУЯ медичної допомоги та визначення основних особливостей та механізмів її побудови в ЗОЗ.

Методи дослідження: монографічний, аналітичний, історичний, абстрактно-логічний та інші.

Основний матеріал дослідження. На сьогодні можна виділити три основні моделі системи ОЗ у світі. Це: 1) державна система (приклад – країни СНД, Великобританія); 2) страхова система (приклад – більшість країн Європи, Японія, Латинська Америка); 3) приватна система (приклад – США).

Але незалежно від моделі організації всі системи ОЗ об'єднані однією метою – дотримуватися певного рівня якості медичних послуг та постійно цей рівень підвищувати. Досягти цієї мети, безперечно, неможливо без принципових рішень: 1. Вибір організаційного устрою системи ОЗ з урахуванням стану економіки країни та демографічних особливостей її населення; 2. Вибір оптимальної моделі фінансування системи ОЗ. 3. Наявність кваліфікованих кадрів; 4. Втілення сучасних медичних технологій і наявність сучасного обладнання. 5. Побудова дієвої СУЯ медичних послуг.

Проаналізувавши різні типи системи ОЗ у країнах світу, можна зауважити, що для усіх моделей ОЗ без винятку характерна наявність уніфікованих, «базових» механізмів в гарантуванні якості медичної допомоги. Серед них: 1. *Обов'язкове ліцензування медичних закладів, їх акредитація та сертифікація.* 2. *Стандартизація медичної допомоги.* 3. Контроль якості медичних послуг, який передбачає внутрішній та зовнішній аудити. Ці основні складові СУЯ наявні в кожній державі, але існують певні відмінності, щодо об'єму вимог (прийнятний мінімум) та щодо реалізації кожної із зазначених складових.

Ліцензування – це складова СУЯ медичної допомоги, що передбачає одержання дозволу (в нашій державі дозвіл надає Міністерство ОЗ) на надання медичної допомоги після перевірки дотримання мінімальних обов'язкових стандартів. В Україні ліцензування медичної практики є обов'язковим незалежно від організаційно-правової форми діяльності ЗОЗ.

Акредитація – це складова СУЯ медичної допомоги, яка покликана безперервно підвищувати якість її надання та спрямована на досягнення не тільки мінімальних, а вже й оптимальних стандартів надання медичної допомоги. В Україні акредитація здійснюється не незалежною структурою (як це відбувається в більшості розвинених країн), а Міністерством ОЗ, яке перевіряє підконтрольні йому ж заклади. Такий алгоритм проходження акредитації створює об'єктивні перешкоди для забезпечення якості медичної допомоги в ЗОЗ. Крім того, наявна в Україні система акредитації ЗОЗ не приділяє значення критеріям задоволеності пацієнтів, вимірюванню й оцінці індикаторів її якості, які б відображали відповідність медичним стандартам та клінічним протоколам. Отже, відповідність системи акредитації сучасним цілям ОЗ в нашій державі поки викликає сумнів і потребує змін і доопрацювання.

Сертифікація – складова СУЯ медичної допомоги, яка в Україні найбільш динамічно розвивається. Сертифікація підтверджує відповідність ЗОЗ міжнародним стандартам ISO 9000. Наявність впроваджених механізмів сертифікації сьогодні безперечно сприяє чіткості та прозорості діяльності медичних закладів, допомагає істотно підвищити ефективність лікування пацієнтів та задоволеність медичною допомогою.

Аудит (внутрішній і зовнішній) - за останні 25 років запрацював практично у всіх розвинутих країнах світу. Зовнішній аудит здійснюють певні державні організації. Внутрішній аудит – задача для команди співробітників медичного закладу, по суті це - самоконтроль. Завдання аудиту – порівняти наявний рівень медичної допомоги з передовою клінічною практикою з метою вдосконалення якості власної медичної практики. Саме аудит, як показав проведений аналіз, сьогодні є найменш втіленою складовою в СУЯ медичної допомоги у вітчизняних ЗОЗ та потребує особливої уваги та впровадження сучасних методик його проведення.

Висновки. Якісне медичне обслуговування – це обслуговування, заради якого ресурси організуються таким чином, щоб максимально ефективно і безпечно задовольняти потреби тих, хто потребує лікування і профілактики без зайвих витрат, відповідно до вимог стандартів та сучасного рівня науки.

Україна має пройти непростий шлях до якісної медицини, який неможливий без впровадження СУЯ медичних послуг.

Зубкова Д.О.¹, Посилкіна О.В.²

¹Харківський національний медичний університет

²Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Обґрунтуванням вибору методу мотивації праці лікарів у закладах охорони здоров'я різних форм власності

dazubkova@gmail.com

Вступ. Відомо, що система мотивації являє собою цілеспрямований вплив на персонал з метою підвищення ефективності роботи організації. На сьогодні існує багато теорій мотивації, але базову роль серед них відіграє теорія потреб А. Маслоу. Основна її ідея полягає у тому, що існує певна ієрархія потреб, і потреби вищого рівня можуть бути задоволені тільки після задоволення базових.

Ще однією відомою теорією мотивації є двофакторна модель Ф. Херцберга, який проаналізував причини, що впливають на задоволення працею та виділив такі: гігієнічні фактори або фактори, що утримують на роботі, та мотиватори або фактори, що мотивують до праці.

Цікавою моделлю у теорії мотивації є також модель Д. Мак-Клелланда, заснована вже на вивченні вторинних потреб, не пов'язаних з фізіологічними. Автор виділив наступні види потреб, які суттєво впливають на поведінку співробітника: потреба досягнення, потреба в співучасті (дружніх відносин з оточуючими) та потреба у владі.

Таким чином, на сьогодні існує безліч різних підходів до мотивації праці. Але, як показав проведений аналіз, дослідженням особливостей організації мотивації праці персоналу у закладах охорони здоров'я (ЗОЗ) в умовах реформування їх діяльності не приділялося достатньої уваги з боку науковців, що і обумовило вибір теми нашої наукової роботи.

Метою дослідження є визначення особливостей системи мотивації праці у ЗОЗ різних форм власності та обґрунтування напрямів її удосконалення.

Методи дослідження: історичний, абстрактно-логічний; монографічний, системного аналізу тощо.

Основний матеріал дослідження. Проведений аналіз дозволив виявити такі особливості мотивації праці, притаманні ЗОЗ різних форм власності:

1. Оплата праці є найбільш важливою характеристикою для персоналу ЗОЗ, незалежно від форми власності закладу.
2. Гарантії стабільності праці, а також можливість професійного росту зумовлює вибір основного місця працевлаштування лікаря у державних ЗОЗ.
3. Важливим, але не головним, фактором мотивації праці лікарів є оцінка і визнання професійних досягнень колегами та пацієнтами та колегами, незалежно від форми власності ЗОЗ.

За даними численних досліджень, основним чинником мотивації праці лікарів є рівень оплати та гарантії стабільності праці. Щодо оплати праці у державних ЗОЗ, то рівень заробітної плати, тільки останнім часом став наближуватися до середньо рівня в економіці. Як свідчать результати проведеного дослідження, фахівці здебільшого ідентифікують співвідношення постійної (тарифної) частки і змінної частки в оплаті персоналу ЗОЗ, як 80 до 20, причому у нарахуванні змінної частки основним фактором є трудовий стаж, а не кваліфікація лікаря або інтенсивність його праці. Таким чином при організації оплати праці в ЗОЗ керуються в основному геронтократичними принципами, що не завжди є раціональним. Щодо приватних закладів ЗОЗ, то в них використовуються різні підходи до організації оплати праці працівників одного і того ж закладу і, як правило, базовим чинником нарахування оплати є об'єм наданих послуг, а також кваліфікація лікаря.

За даними різних анкетувань, на сьогодні більшість лікарів віддають перевагу у плані гарантії стабільності праці державним ЗОЗ, хоча рівень довіри до приватних ЗОЗ останнім часом помітно зростає.

Також важливим моментом в організації мотивації праці лікарів є можливість їх професійного удосконалення. Якщо раніше, це було легше зробити будучи співробітником державного закладу, за рахунок базування кафедр вищих медичних закладів у клінічних лікарнях державного сектору, то

на сьогодні, у зв'язку з реформуванням системи охорони здоров'я, більшість кафедр вимушена укладати договори про співпрацю з приватними ЗОЗ, від чого такі установи стають більш привабливими для працевлаштування.

Висновки. Очевидно, що рівень умотивованості лікарів прямо впливає на якість надання кваліфікованих послуг та ефективність роботи ЗОЗ. Враховуючи, що оплата праці лікарів визнана, як основний чинник підвищення мотивації персоналу до якісної і результативної праці, необхідно, перш за все, підвищувати рівень оплати праці медичних працівників і впроваджувати сучасні підходи до її організації у ЗОЗ різних форм власності. Причому оптимальним є підвищення рівня диференціації оплати трудової діяльності, а саме впровадження у ЗОЗ системи економічного впливу з урахуванням кваліфікаційних характеристик, інтенсивності та якості праці кожного окремого лікаря. Як свідчить світовий досвід, перспективним інструментом мотивації персоналу в системі охорони здоров'я, є зокрема, система Key Performance Indicator (KPI). Завданням мотиваційної системи KPI є спрямування дії персоналу усіх підрозділів організації в єдиному напрямку за допомогою виконання конкретних показників. ККП кожного окремого працівника визначає ефективність виконання його конкретної роботи і знаходить фінансове відображення в його заробітній платі, а в кінцевому підсумку спрямований на удосконалення якості процесів в організації і реалізацію її загальної стратегії.

Коваленко С.М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Розробка пропозицій щодо розвитку державної освітньої політики в сфері громадського здоров'я

svetlana_kovalenko77@ukr.net

Вступ. Завжди, міцне здоров'я було безцінним капіталом не тільки окремої людини, але й народу, нації, держави. Між тим, всі більш-менш помітні соціальні зрушення здійснювались переважно за рахунок здоров'я і навіть життя людини. Цінність здоров'я, скоріш, домінувала у суспільстві як ідеальна цінність. І лише сьогодні, як крайня міра у середовищі цивілізованих народів світу, зрештою з'являється можливість утвердити здоров'я як дійсну цінність.

Метою дослідження є визначення напрямів підвищення культури громадського здоров'я серед української молоді.

Система громадського здоров'я – це комплекс інструментів, процедур та заходів, що реалізуються державними та недержавними інституціями для зміцнення здоров'я населення, попередження захворювань, збільшення тривалості активного та працездатного віку. Піклування про власне і громадське здоров'я неможливо без знання того, чому це необхідно і як це робити. Важливими галузями системи громадського здоров'я є гігієна довкілля, здоров'я населення, психогігієна, безпека руху, економіка охорони здоров'я, державна політика, психічне здоров'я, страхова медицина, безпека та гігієна праці, тощо

Слід зазначити, щодо питань здорового способу життя звертаються частково в загальноосвітній школі. Також у закладах вищої освіти (ЗВО) вивчають ці питання, але обсяг і змістовий рівень інформації недостатній. В основному студентам ЗВО у курсі «Безпека життєдіяльності» дають загальні знання щодо першої медичної допомоги, а необхідно ще додати дуже важливу низку питань, таких як: раціональне харчування, попередження порушень опорно-рухового апарату та зору, профілактика шкідливих звичок, ВІЛ/СНІДу, наркоманії, венеричних та інфекційних захворювань тощо.

Серед ключових соціальних проблем, яким не надається відповідна увага на державному рівні - низька культура здоров'я населення і повільне реформування освіти у напрямку гуманістичного вектору. Такими засобами пропаганди здоров'я можуть бути мистецтво і спорт.

Головною проблемою сьогодення залишається реформування педагогічного процесу, яке спрямоване на забезпечення освіти щодо здорового способу життя; визнання освіти основним суспільним механізмом, що сприяє розвитку здорового суспільства. З цього приводу необхідно: розробити державну програму з вивчення стану здоров'я населення; відновити державний пріоритетний вплив на розвиток фізичної культури і виховання.

Так, освіта щодо здорового способу життя повинна бути спрямована на забезпечення збільшення спроможності людей зробити правильний вибір, посилювати контроль за здоров'ям, набувати вміння та навички щодо створення здорового середовища.

Висновки. Таким чином, в Україні доцільно підтримувати і розвивати тенденції інтеграції в одну освітню галузь «здоров'я і фізична культура» таких предметів навчального плану, як «основи здоров'я», «фізична культура», «основи безпеки життєдіяльності», «валеологія», що є однією із позитивних педагогічних умов формування культури здоров'я молоді.

Костенко С.М.

ТОВ «Клініка Довіра», м. Дніпро

Формування інноваційно-інвестиційної стратегії приватного закладу охорони здоров'я

kostenko.sergey1@gmail.com

Вступ. У даний час, в умовах проведення медичної реформи в Україні і значної трансформації усієї медичної галузі, значна увага приділяється проблемам розвитку закладів охорони здоров'я та їх здатності адекватно реагувати на зміни, що відбуваються в економіці. Зовнішньоекономічні, політичні та структурні зміни, що відбуваються в економіці, вимагають активізації інвестиційно-інноваційної діяльності закладів охорони здоров'я в напрямку підвищення їх конкурентоспроможності. У зв'язку з низьким рівнем інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності виникає необхідність формування ефективної інвестиційно-інноваційної стратегії, адаптованої до сучасних умов. Кожен заклад охорони здоров'я (ЗОЗ), що працює в умовах ринкової економіки, не може існувати без чітко розробленої стратегії. Ключове завдання формування і обґрунтування інноваційно-інвестиційної стратегії полягає в пошуку шляхів подолання конкуренції на ринку і забезпеченні високих темпів економічного розвитку закладу охорони здоров'я при достатній фінансовій стійкості. Важливою складовою ефективного управління ЗОЗ є реалізація дієвої інноваційно-інвестиційної діяльності.

Мета дослідження – формування сучасної ефективної інноваційно-інвестиційної стратегії ЗОЗ.

Теоретико-методологічною основою дослідження послужили праці українських і зарубіжних вчених в області інноваційної та інвестиційної діяльності, макроекономіки, фінансів, державного управління, регіональної економіки.

Основний методологічний підхід дослідження-комплексний, який базується на системному підході, що дозволяє найбільш ефективно організувати

науковий пошук для вирішення поставлених завдань. Як інструменти дослідження використовувалися методи порівняльного, кількісного, структурного аналізу і синтезу, елементи методу угруповань і прогнозування, експертних оцінок, а також табличні і графічні прийоми візуалізації статистичних даних.

Розробка методології формування інвестиційно-інноваційної стратегії вимагає уточнення її економічної сутності та ролі в системі стратегічного управління ЗОЗ. Проблеми формування інвестиційних стратегій в умовах розвитку економіки України розглядаються в працях багатьох вітчизняних вчених, зокрема І. А. Бланк, А. Ф. Гойко, Г. М. Поддєрьогін, Т. І. Свобода, Д. М. Черваньов, А. В. Череп і інші. Більшість авторів трактують поняття інвестиційної стратегії, як системи довгострокових цілей інвестиційної діяльності, шляхів і засобів їх досягнення. При цьому інвестиційну стратегію розглядають і як складову стратегічного планування розвитку ЗОЗ і як самостійну стратегію фінансової діяльності. Аналіз окремих підходів до визначення інвестиційної стратегії дозволяє зробити висновок, що інновації є однією з форм інвестиційної стратегії, тобто способом досягнення цілей інвестиційної діяльності шляхом вкладення інвестиційних ресурсів в інноваційну сферу. Однак процес формування інноваційно-інвестиційної стратегії вимагає детального аналізу і синтезу цих понять.

Узагальнивши та систематизувавши теоретичні концепції інвестиційної та інноваційної стратегії з урахуванням цільового підходу було сформовано наступне визначення інноваційно-інвестиційної стратегії: «Інноваційно-інвестиційна стратегія - це інтегрована система взаємопов'язаних напрямків, способів і інструментів досягнення стратегічних цілей організації шляхом збалансування науково-технічної, ринкової і інвестиційної політики в напрямку розвитку потенціалу на більш новому, якісному рівні відповідно до вимог зовнішнього середовища ».

Інноваційно-інвестиційна стратегія є комплексним поняттям, яке складається з двох складових - інвестиційної та інноваційної стратегії, і

фактично формується на перетині цілей як інвестиційної, так і інноваційної діяльності, які є похідними від загальнокорпоративної стратегії ЗОЗ. При цьому, інвестиційна може формуватися незалежно від інноваційної стратегії, однак реалізація інноваційної стратегії неможлива без використання інвестиційних ресурсів. Побудова стратегії інноваційно-інвестиційної діяльності повинна бути тісно пов'язана з загальною стратегією, а також інноваційною та інвестиційною стратегіями зокрема, оскільки їх несумісність не дозволить ЗОЗ досягти бажаних результатів. Здійснення інноваційної діяльності за своєю сутністю пов'язано з високою невизначеністю і в разі внутрішніх протиріч істотно зростає міра ризику. У зв'язку з цим існує проблема побудови моделі інноваційно-інвестиційної діяльності ЗОЗ, що всебічно враховує можливий вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, а також дозволяє забезпечити адаптованість системи управління інноваційною діяльністю ЗОЗ. Крім того, модель що розробляється повинна забезпечити оптимальний розподіл інвестиційних ресурсів. Оскільки інноваційна діяльність ЗОЗ передбачає високоризикований характер, важливу роль набуває її аналіз як основи створення інформаційної бази для прийняття оптимальних управлінських рішень. При організації інноваційної діяльності на підприємстві одним з ключових питань є пошук об'єктів вкладення і визначення структури інвестицій. Для вирішення проблеми розподілу коштів між простим і розширеним відтворенням основних засобів та інноваціями повинен бути розроблений спеціальний механізм управління.

Висновки. На підставі проведення всебічного дослідження теоретичних засад формування та реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії та аналізу стану ринку медичних послуг України у тому числі його інноваційного та інвестиційного потенціалу, було розроблено, адаптивну в сучасних умовах, інноваційно-інвестиційну стратегію приватного ЗОЗ.

Кутова Н. М., Братішко Ю. С.

Медичний центр «Добробут», м. Київ

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Посадові обов'язки менеджера із соціальної відповідальності

yezjf@nuph.edu.ua

Сьогодні більшість досліджуваних фармацевтичних компаній (ФК) зважають на необхідність реалізації політики соціальної відповідальності (СВ), але, з огляду на проведені дослідження, цей процес вимагає професійного підходу до його організації. Тому, сучасним ФК слід більше уваги приділяти питання регламентації діяльності менеджерів із СВ.

Метою дослідження є вивчення функцій та обов'язків менеджерів із СВ.

При виконанні дослідження були використані методи: контент-аналізу, наукового синтезу, узагальнення, спостереження, експертний метод, метод моніторингу, угруповання, вимірювання та ін.

Менеджер (управитель) із соціальної та корпоративної відповідальності виконує такі функціональні завдання та обов'язки:

1. У взаємодії з іншими керівниками підприємства, а також іншими зацікавленими особами у діяльності підприємства (стейкхолдерами підприємства) бере участь у розробці та удосконаленні політики (стратегії) підприємства у сфері СВ.
2. Розробляє заходи, спрямовані на реалізацію на практиці політики підприємства у сфері СВ, керує та координує відповідні роботи.
3. Розробляє або бере участь у розробці та виконанні програм діяльності підприємства з різних питань напрямків СВ, а саме програм з:
 - 3.1. Благодійної діяльності підприємства;
 - 3.2. Підвищення соціального та правового захисту персоналу підприємства;
 - 3.3. Покращення транспарентності діяльності підприємства та її взаємодії з різними стейкхолдерами підприємства;
 - 3.4. Охорони навколишнього природного середовища;
 - 3.5. Підвищення рівня правової грамотності персоналу підприємства.

3.6. Формування позитивного іміджу підприємства серед його основних споживачів його продукції та послуг (клієнтів, замовників), ділових партнерів та інших стейкхолдерів тощо.

4. Бере участь у розробці та постійному вдосконаленні Системи управління якістю підприємства (СУЯ) у частині тих її процесів, процедур і документації, що пов'язані з питаннями соціальної корпоративної відповідальності.

5. Безпосередньо управляє процесами і підпроцесами СУЯ, що пов'язані з окремими питаннями соціальної корпоративної відповідальності або є їх оператором; забезпечує виконання відповідних процедур та правильне оформлення доречної документації.

6. Визначає обов'язковість, можливість та доцільність застосування на підприємстві різних правових і методичних документів (стандартів) з СВ.

7. З'ясовує ключові чинники та умови, які впливають на діяльність підприємства у сфері СВ.

8. Консультує працівників підприємства з різних питань СВ, роз'яснює основні поняття, термінологію, підходи тощо у цій сфері.

9. Здійснює ідентифікацію основних стейкхолдерів підприємства, організовує або координує взаємодію з ними з доречних питань.

10. Розробляє рекомендації щодо встановлення та покращення взаємозв'язків між підприємством, стейкхолдерами та суспільством з врахуванням основних питань СВ та сфер впливу підприємства.

11. Вживає заходів щодо інтеграції та гармонізації діяльності підприємства у сфері СВ з іншими видами діяльності підприємства.

12. Здійснює обмін досвідом підприємства у сфері СВ з іншими підприємствами, а також з різними консалтинговими, громадськими організаціями у сфері СВ.

13. Вживає заходів щодо підвищення рівня довіри до діяльності підприємства з боку різних стейкхолдерів, надає їм необхідну інформацію з доречних питань.

14. Проводить збір і аналіз різної інформації щодо діяльності підприємства у сфері СВ, готує за результатами цієї роботи відповідну звітність, рекомендаційні матеріали, доповіді тощо.

15. Забезпечує координацію різних заходів підприємства у сфері СВ, які безпосередньо здійснюються іншими спеціалізованими структурними підрозділами або окремими працівниками підприємства.
16. Здійснює контроль за виконанням вимог чинного законодавства та внутрішніх документів підприємства під час вирішення питань у сфері СВ.
17. Забезпечує ведення встановленої документації щодо діяльності у сфері СВ.
18. Формує систему соціального планування та планування програм СВ.
19. Формує систему внутрішніх комунікацій між усіма підрозділами компанії.
20. Розробляє пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності компанії у співпраці з іншими структурними підрозділами підприємства.
21. Складає та оприлюднює соціальні звіти компанії.
22. Розробляє систему управління нефінансовими ризиками, пов'язаними з діяльністю підприємства.
23. Розробляє та впроваджує систему моніторингу ефективності діяльності підприємства в сфері СВ.
24. Оцінює СВ діяльність компанії.
25. Надає методичну та консультативну підтримку у сфері СВ співробітникам підприємства.
26. Аналізує ринок, в тому числі ринок праці.
27. Розробляє заходи щодо підтримки та оновлення сайту компанії.
28. Проводить аналіз результатів своєї діяльності.
29. Здійснює керівництво підпорядкованими працівниками.
30. У встановленому порядку підвищує свою професійну кваліфікацію.
31. Дотримується правил і норм охорони праці, пожежної безпеки, охорони навколишнього середовища, а також контролює їх дотримання підпорядкованими працівниками.

Отже, СВ вітчизняних ФК є складною, багатоаспектною сферою їх функціонування, до управління якою необхідно застосовувати науково обґрунтовані підходи, що опираються на чинну нормативно-правову базу, наукові принципи і застосування сучасного інструментарію менеджменту.

Мамедова А.А.

ТОВ «Клініка Довіра», м. Дніпро

Формування конкурентної стратегії закладу охорони здоров'я

Mamedova.ayna@gmail.com

Вступ. Внутрішній процес реформування системи охорони здоров'я в Україні розвивається і вимагає від керівників закладів охорони здоров'я (ЗОЗ) прийняття термінових заходів для адаптації закладів до об'єктивних умов, які продиктовані ринком медичних послуг і поточними тенденціями, що впливають на його розвиток.

У сучасних умовах VUCA турбулентності та постійно зростаючої конкуренції важливе місце в управлінні ЗОЗ, займає формування і реалізація конкурентної стратегії, що включає довготривалі програми дій за всіма функціональними напрямками діяльності, та буде здатна забезпечити закладу досягнення ринкового успіху і дозволить йому зайняти стійкі конкурентні позиції у своїй галузі.

Розроблення ефективної конкурентної стратегії є складним, багатограним та цікавим процесом, що має безперечну практичну цінність. Таким чином, формування та реалізація конкурентної стратегії ЗОЗ, яка ґрунтується на врахуванні ситуації на ринку, реагуванні на відхилення від цільових орієнтирів та реакції на зовнішні й внутрішні зміни, дозволяє йому сформувати та зміцнити свої конкурентні переваги, а, отже, підвищити свій конкурентний потенціал.

У сучасній економічній літературі, присвяченій проблемам виживання та стратегічного успіху приватних ЗОЗ в умовах висококонкурентного середовища, значна увага приділяється аналізу факторів їх успіху, зокрема формуванню ключових компетенцій та конкурентних переваг. Дослідженню питань набуття стійких конкурентних переваг, сутності та різновиду базових стратегій конкуренції, процедур та послідовності формування і впровадження конкурентних стратегій, їх ролі і місця в системі стратегічного розвитку організації, присвятили свої праці відомі вітчизняні та зарубіжні науковці, як от:

А.П.Наливайко, Л.В.Балабанова, Г.Азов, Н.В.Куденко, І.Ансофф, Р.Фатхутдінов, А.Ю.Юданов, А.А.Длігач, О.В.Зозульов, Ф.Котлер, Дж.Дей, Ж.Ламбен, Г.Г.Мінцберг, М.Портер, та інші. В той же час, питанням вибору моделі базових конкурентних стратегій приватних ЗОЗ приділено недостатньо уваги, що обумовлює актуальність проведення дослідження.

Об'єкт дослідження – процес формування конкурентної стратегії ЗОЗ. Предмет дослідження – теоретичні та практичні питання формування конкурентної стратегії приватного ЗОЗ. Мета дослідження – формування сучасної ефективної конкурентної стратегії приватного ЗОЗ.

Методи дослідження, які використовувалися в роботі: організаційні, емпіричні методи, методи обробки даних, що включають: кількісний (статистичний) і якісний методи, а також інтерпретаційні методи, карта стратегічних груп, SWOT-аналіз, модель М. Портера, метод SPACE-аналізу, метод PEST-аналізу, аналіз вразливості за Ж.-Ж. Ламбеном, SNW-аналіз, аналітичний, узагальнюючий та графічний методи та ін.

Матеріали дослідження. Інформаційною базою дослідження, проведеного в даній роботі, послужили наукові праці провідних зарубіжних та вітчизняних науковців, спеціальна і навчальна література, а також практичні матеріали: статистичної, бухгалтерської, фінансової звітності, маркетингові дослідження, технічна документація, та інші матеріали що були надані досліджуваним ЗОЗ.

В роботі з'ясовано сутність категорії «конкурентна стратегія» ЗОЗ. Досліджено класифікації і види конкурентних стратегій ЗОЗ. На основі проведеного контент-аналізу категорії конкурентоспроможності, сформоване власне визначення конкурентоспроможності ЗОЗ. Проведено теоретичні дослідження моделі формування та реалізації конкурентної стратегії ЗОЗ. Проведено дослідження стану ринку медичних послуг України. Проаналізовано конкурентне середовище досліджуваного приватного ЗОЗ та здійснено оцінку рівня його конкурентоспроможності. Створено візію та визначено завдання конкурентної стратегії з точки зору бажаного результату. Сформована

конкурентна стратегія та розроблено організаційний план впровадження стратегії та її реалізації як дорожньої карти. Конкурентна стратегія ЗОЗ дозволяє дати відповідь на питання, як він конкурує на цільовому ринку, за рахунок чого воно витримує конкурентний тиск і отримує перемогу в конкурентній боротьбі. В різних джерелах ці стратегії мають різні назви – «конкурентні стратегії», «маркетингові стратегії», «підприємницькі стратегії», «корпоративні стратегії», «портфельні стратегії», «стратегії бізнесу» тощо, але мова завжди йде про одне й те ж - як підприємству діяти на ринку. Управління конкурентною поведінкою закладу охорони здоров'я базується на розробці та ефективній реалізації зваженої, обґрунтованої конкурентної стратегії, яка передбачає забезпечення конкурентних переваг на тривалий період. Формування конкурентної стратегії, по суті, полягає в знаходженні чіткого формулювання того, як підприємство буде вести конкуренцію, якими мають бути його цілі та які засоби й дії знадобляться для досягнення цих цілей. Конкурентні стратегії ЗОЗ складаються з ряду підходів і напрямів. Широкий спектр стратегій ринкової конкуренції приватного ЗОЗ доцільно об'єднати в систему конкурентних стратегій. Система конкурентних стратегій ЗОЗ може включати: стратегію формування конкурентних переваг, стратегію забезпечення конкурентоспроможності та стратегію його конкурентної поведінки. Для досягнення стійких переваг у конкурентній боротьбі доцільним є формування «стратегічного набору» (система стратегій різного типу на певний відрізок часу).

Висновки. На підставі проведення всебічного дослідження теоретичних засад формування та реалізації конкурентних стратегій та аналіз стану ринку медичних послуг України, конкурентного середовища приватного ЗОЗ розроблено його конкурентну стратегію, побудовану на клієнтоорієнтовності та діджиталізації, що є найбільш актуальними напрямками розвитку приватного медичного бізнесу в сучасних умовах.

Пастух В.В.

КНП «Міська клінічна лікарня швидкої та невідкладної медичної допомоги ім. проф. О.І. Мещанінова» ХМР, м. Харків

Практичні аспекти контролінгу за ходом реформ у закладах охорони здоров'я

Реформування системи охорони здоров'я України передбачається проектом Закону України «Про державні фінансові гарантії надання медичних послуг та лікарських засобів» [1]. Він спрямований на підвищення якості та доступності медичної допомоги, а також на посилення фінансової захищеності громадян у випадку хвороби за рахунок зменшення частки неформальних приватних платежів за медичні послуги.

Контролінг в охороні здоров'я, як у одному з найважливіших видів економічної діяльності, носить складний, багатокомпонентний характер і охоплює всю систему управління даного виду діяльності. Він спрямований на підвищення визначеності і впорядкованості діяльності організацій, що здійснюють даний вид діяльності і процесів прийняття управлінських рішень на різному рівні, забезпечує системний підхід до реалізації різних методів управління та їх синтез в єдину документовану технологію управління ним. Основними сферами завдань контролінгу є: планування — визначення цілей установи; контроль — порівняння «план — факт» та аналіз відхилень; керування — здійснення зустрічних заходів.

Останнім часом вирізняється нова форма регулювання - суспільний контролінг. Здійснення суспільного контролінгу зумовлена низкою чинників, саме:

- законодавчим регламентуванням необхідності розвитку громадянського суспільства в Україні;
- готовність громадськості стати активним суб'єктом контролінгу в зв'язку з наростаючою соціальною невдоволеністю якістю медичних послуг;

- активний розвиток громадського сектору в структурі інституційного забезпечення регулювання ринку медичних послуг;
- тривала діяльність офіційних неприбуткових, наукових структур при Міністерстві охорони здоров'я України (Національної академії медичних наук України, Національного комітету Товариства Червоного Хреста України та ін.), які формують наукову основу забезпеченості реформ галузі;
- потреба в посиленні участі громадських інституцій в ході медичної реформи, що дасть можливість реально впливати на державні структури з оприлюдненням результатів такої роботи через засоби масової інформації [2].

На практиці суспільний контролінг проявляється через інформаційну та координаційну діяльність. За загальним характером заходи в межах контролінгу можуть бути інноваційними, підтримуючими або протестними. У вітчизняних умовах суспільний контролінг здебільшого набуває підтримуючих чи протестних ознак.

Таким чином, об'єктом суспільного контролінгу є процеси, що передбачає реформа галузі. Саме таким способом можна буде подолати розрізненість в управлінні охороною здоров'я на рівні медичної організації, на рівні муніципалітету, на рівні окремого регіону чи на державному рівні.

Список бібліографічних посилань

1. Законопроект «Про державні фінансові гарантії надання медичних послуг та лікарських засобів». URL :
http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=61566.
2. Голубка Н.В. Суспільний контролінг розвитку фармацевтичного ринку: теоретичні і прикладні аспекти. Наукові праці НДФІ. 2015. No1. С.65–73.

Рев'яцький І.Ю.

*Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького,
м.Львів*

Тенденції впровадження міжнародного стандарту простежуваності лікарських препаратів та медичної продукції в Україні

iwan.revyatskyu@gmail.com

Європейським директором з якості лікарських засобів Ради Європи (European Directorate for the Quality of Medicines – EDQM) у січні 2012 року в м. Страсбурзі був організований семінар, де відбулася презентація моделі функціонування системи обліку та відстеження лікарських засобів “eTACT” у межах Європейського Союзу (ЄС).

У відповідності до Європейських (директива № 2011/62/EU, метою якої є запобігання потрапляння фальсифікованих лікарських засобів в легальну мережу) та світових стандартів в Україні реалізовується автоматизована система відстеження в обігу лікарських засобів від виробника до кінцевого споживача з використанням маркування (кодифікації) та ідентифікації лікарських засобів".

Метою дослідження було проаналізувати процес впровадження системи простежуваності лікарських препаратів та медичної продукції у світі та в Україні з використанням бібліографічного, системного, структурно-логічного та аналітичного методів аналізу.

З метою запровадження в Україні відповідної Системи, фахівцями було здійснено низку підготовчих робіт. Зокрема, на початку липня 2013 року в Державній службі України з лікарських засобів відбулася публічна апробація роботи автоматизованої системи відстеження в обігу лікарських засобів.

Програмне забезпечення “Інформаційно-аналітична система відстеження в обігу упаковок лікарських засобів з використанням маркування та кодифікації” було призначене для реалізації процесів моніторингу та контролю за рухом будь-якого ЛП з моменту його випуску і до його надходження до споживача. Основні принципи його роботи полягають у використанні маркування ЛП двовимірним штрихованим кодом DataMatrix ECC200, яке дозволяє однозначно

ідентифікувати кожну одиницю ЛП згідно з міжнародними стандартами GS1 у системі охорони здоров'я, та надходження інформації до автоматизованої системи щодо всіх дій (операцій), які відбуваються з ЛП з моменту його виготовлення і до моменту його надходження до споживача.

Впровадження цієї системи мало надати можливість унеможливити потрапляння фальсифікованих лікарських засобів в легальну мережу. Її впровадження мало здійснювати поетапно. Починаючи з 2014 року, до системи повинні були долучитися усі виробники ліків та оптові компанії, а в 2015–2016 роках – аптеки, аптечні пункти, лікувальні та лікувально-профілактичні заклади. Проте, у 2014 році даний проект був призупинений.

На поточному етапі розвитку впровадження даного проекту планується здійснювати в три етапи. На першому етапі усі ліки, що входять до програми "доступні ліки", повинні бити промарковані двовимірним штрихованим кодом DataMatrix ECC 200. На другому етапі – ліки, що входять в програму державних закупівель. На третьому етапі – ліки, що відпускаються за рецептом.

Щодо наявності нормативних документів відносно нанесення 2D штрихованих кодів на упаковки ЛП в Україні:

- Конвенцією MEDICRIME покладено на Україну обов'язок вчинення дій, спрямованих на попередження фальсифікації ЛЗ;
- Рішенням РНБО від 25 травня 2012 року "Про забезпечення населення якісними та доступними лікарськими засобами" було передбачено необхідність введення з урахуванням міжнародного досвіду обов'язкового індивідуального кодування виробником кожної упаковки ЛЗ;
- Обов'язковість нанесення 2D штрихованих кодів на упаковки ЛЗ в чинному законодавстві не встановлено.

Загалом, впровадження в Україні електронної системи простежуваності лікарських препаратів у відповідності до міжнародних стандартів (Track and Trace systems) триває.

Суворов М.О., Котвіцька А.А., Посилкіна О.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Наукові підходи до оцінювання діяльності регуляторних органів у фармації
yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Підвищення якості і ефективності державного управління є однією з важливих умов ефективної діяльності і стійкого соціально-економічного розвитку вітчизняної фармації. Однак до теперішнього часу в Україні ще не розроблені стандарти, що регламентують якість і ефективність діяльності державних органів. Проте, в ряді країн вже накопичений певний досвід щодо побудови систем управління якістю державних послуг, які засновані на національних і міжнародних стандартах, а також на моделях національних премій за якість. Такі системи дозволяють органам влади досягати більш високої результативності та ефективності діяльності. Вищезазначене обумовлює актуальність формування і впровадження системи оцінювання діяльності державних регуляторних органів у вітчизняній фармації, що сприятиме підвищенню якості надаваних послуг і більш повному задоволенню всіх зацікавлених осіб.

Метою дослідження є обґрунтування загальних методичних підходів до побудови і впровадження системи оцінювання діяльності державних регуляторних органів у вітчизняній фармації.

Методи дослідження: історичний, абстрактно-логічний; монографічний, системного аналізу тощо.

Основний матеріал дослідження. Проведений аналіз показав, що сьогодні вже в 39 країнах запроваджені моделі оцінки менеджменту в організаціях, що фінансуються з державного бюджету (Common Assessment Framework - CAF). Можна відзначити британський «Стандарт сумлінного управління в сфері державних послуг», латиноамериканську модель досконалості, канадську модель оцінки якості та ефективності діяльності органів влади, австралійську модель переваги. Премії за якість в сфері державного управління засновані в

Великобританії, Данії, Франції, Малайзії, Болгарії, Ірландії та ряді інших країн . Досвід застосування моделей і премій показав, що необхідною умовою досягнення комплексного ефекту підвищення якості діяльності державних органів є створення систем менеджменту якості (СМЯ). Підвищення якості управління дозволяє приймати більш ефективні рішення, які виконуються з меншими витратами, надавати більш якісні послуги. Система менеджменту якості - засіб, за допомогою якого державні органи можуть планувати і реалізовувати свої дії, спрямовані на задоволення потреб і очікувань зацікавлених сторін. Необхідною умовою управління якістю служить періодична зовнішня і внутрішня оцінка. Це потребує розробки відповідної методики вимірювання рівня ефективності і результативності діяльності державних органів, яка б об'єднувала якісні та кількісні показники.

При розгляді проблеми оцінки діяльності органів державного управління різні автори застосовують різну термінологію: а) оцінка результативності; б) оцінка якості; в) оцінка ефективності. Під оцінкою результативності мається на увазі ступінь досягнення очікуваного результату внаслідок діяльності органів державного управління, а під оцінкою якості розуміється оцінка відповідності їх діяльності чинним вимогам (стандартам). Що стосується оцінки ефективності, то існує різне розуміння даного поняття. Оцінка ефективності діяльності державних органів залежить багато в чому не тільки від обліку понесених витрат, але і від якості виконання покладених на них обов'язків.

Виділяють два напрямки оцінки ефективності діяльності органів державного управління: економічну ефективність - кількісну оцінку відносини ефекту до витрат, що отримується за рахунок оптимізації і раціоналізації діяльності; соціальну ефективність - якісну оцінку діяльності, що виражає відповідність мети державного органу управління потребам населення.

В основу системи оцінювання діяльності державних регуляторних органів у фармації може бути покладений розрахунок інтегрального показника, який кількісно визначає якісні характеристики процесу управління. Він може бути розрахований на підставі попередньо відібраних індикаторів, які виступають в

якості параметрів, в межах яких система (органи управління) можуть ефективно функціонувати і розвиватися. Індикатори або показники, що відображають результати діяльності державних регуляторних органів у вітчизняній фармації, повинні відповідати наступним вимогам: залежати в значній мірі від діяльності самого державного органу; сукупність показників повинна складати систему, не приводити до спотворення діяльності організації, коли формальне виконання функцій веде до поліпшення звітності та погіршення реального стану справ; бути достовірними і прозорими, тобто визначення показника повинно забезпечувати однозначність його інтерпретації як фахівцями, так і кінцевими споживачами послуг, бути економічними, тобто отримання звітних даних повинно проводитися з мінімально можливими витратами; показники, що застосовуються, повинні максимально ґрунтуватися на вже існуючих програмах збору інформації; бути порівнянними, тобто вибір показників слід здійснювати виходячи з необхідності безперервного накопичення даних і забезпечення їх порівнянності в динаміці; бути своєчасними і регулярними: звітні дані повинні надходити зі строго визначеною періодичністю і з незначним часовим кроком між моментом збору інформації і терміном її використання.

Висновки. Досвід показує, що впровадження менеджменту якості в діяльність органів державного управління сприяє підвищенню ефективності і результативності їх діяльності, прийняттю рішень, заснованих на фактах, побудові взаємовигідних відносин із зацікавленими сторонами, підвищенню прозорості і етичності діяльності тощо. Поряд з цим, згідно з методологією менеджменту якості, необхідним є постійне оцінювання діяльності цих органів, що потребує розробки відповідних механізмів і формування системи оціночних показників. Розробка і впровадження таких механізмів в діяльність національних регуляторних органів у фармації сприятиме не тільки підвищенню якості надання державних послуг, а і розвитку вітчизняної фармацевтичної галузі, і підвищенню ефективності фармацевтичного забезпечення населення України.

Тиха О. В., Деренська Я. М.

*Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я
України, м. Харків*

**Розвиток соціально орієнтованого управління проєктною діяльністю
закладів охорони здоров'я**

yezjf@niph.edu.ua

Вступ. Діяльність закладів охорони здоров'я (ЗОЗ), забезпечуючи досягнення головної мети функціонування – медичного обслуговування населення, також пов'язана з необхідністю реформування, постійного удосконалення та розвитку. Заходами реалізації сукупності різноспрямованих завдань стають проєкти, які впроваджуються самими ЗОЗ, або місцевими чи державними органами влади.

Мета дослідження – виявлення особливостей соціально орієнтованого управління розвитком ЗОЗ через впровадження низки проєктів різного рівня та функціонального спрямування.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження слугували законодавчі документи, звіти громад, публікації вітчизняних і закордонних вчених щодо практики запровадження соціально орієнтованих проєктів у сфері охорони здоров'я. Відбір проєктів здійснено за допомогою методу аналізу, метод синтезу застосовано для групування проєктів за рівнями.

Отримані результати. За результатами аналітичного огляду джерел інформації виявлено, що впровадження соціально орієнтованих проєктів з охорони здоров'я можна розділити за рівнями: національний (або державний – тобто низка загальнодержавних програм і проєктів щодо розвитку системи охорони здоров'я України в цілому, або ініціювання проєктів, пов'язаних з певною програмою забезпечення населення медичною допомогою, лікарськими засобами тощо); місцевий (розвиток медичного забезпечення громад); рівень окремих ЗОЗ (розбудова ЗОЗ, його технічне переоснащення, автоматизація тощо). Приклади проєктів за рівнями надано у табл. 1.

Рівні соціально орієнтованих проєктів у системі охорони здоров'я

Рівень	Проєкт	Мета проєкту
Національний	Реформа системи охорони здоров'я	Трансформація первинної медико-санітарної допомоги, оптимізація мережі лікарень, модернізація лікарень, визначення гарантованого пакета медичних послуг, створення системи моніторингу та ін.
	«Екстрене реагування на COVID-19 та вакцинація в Україні»	Забезпечення контролю над пандемією, збільшення доступності медичної допомоги, розширення можливості діагностики коронавірусної інфекції SARS-CoV-2; формування інформаційної системи та відстеження мережі контактів зараженої людини тощо
	Створення системи прозорого корпоративного управління у ЗОЗ	Розвиток системи прозорого корпоративного управління, в тому числі за рахунок розвитку спостережних рад, у ЗОЗ державної та комунальної форми власності, збільшення ефективності та підзвітності керівників ЗОЗ перед їх власниками та громадськістю (постанова КМУ «Про спостережну раду закладу охорони здоров'я»)
	Проєкт USAID «Підтримка реформи охорони здоров'я»	Підтримка прозорості, підзвітності та ефективної системи охорони здоров'я, яка здатна задовольняти потреби населення України (через низку грантових проєктів)
Місцевий (група, ОДА)	«Стратегічний розвиток закладів охорони здоров'я в умовах реформування системи охорони здоров'я»	Посилення потенціалу управлінських команд медичних закладів для більш економічно життєздатного, орієнтованого на попит та успішне надання медичних послуг управління через сприяння оволодінню навичками стратегічного планування та використання інструментів

		планування у діяльності некомерційної організації
	Програма грантів із громадського моніторингу доставки та наявності лікарських засобів	Отримання даних щодо доставки та наявності ліків, закуплених ПРООН та іншими спеціалізованими організаціями за бюджетні кошти МОЗ, до складів та закладів охорони здоров'я у регіонах: своєчасність доставки та наявність ліків для пацієнтів. Зміцнення потенціалу неурядових, зокрема пацієнтських організацій, щодо захисту прав найуразливіших груп пацієнтів на доступ до медикаментів, визначених законодавством безкоштовними
	Програма людської безпеки «Кусаноне»	Розвиток організацій (будівництво / реконструкція, надання медичного /виробничого обладнання, утеплення фасадів, вікон та дахів, впровадження енергоощадних технологій та альтернативних видів палива
Заклад охорони здоров'я	Розбудова комунальних закладів первинної медичної допомоги (ПМД) як центрів передового досвіду	Автономізація ЗОЗ, підтримка у перетворенні місцевого закладу ПМД з комунальної установи на комунальне некомерційне підприємство; комп'ютеризація; сучасне оснащення ЗОЗ; поліпшення рівня сервісу для пацієнтів; розвиток методологічної підтримки, проведення тренінгів; запровадження електронного інструменту з фінансового планування доходів та витрат надавача ПМД та ін.

Висновки. Впровадження ЗОЗ соціально орієнтованих проєктів, з одного боку, дають можливість запровадження важливих програм щодо поліпшення медичного обслуговування населення, тобто сприяють розвитку всієї системи охорони здоров'я України. З іншого боку, неприбуткові з економічного міркування проєкти сприяють розвитку самого ЗОЗ, поліпшенню процесів управління, підвищенню конкурентоспроможності ЗОЗ.

Секція 3 Перспективи подальшої інтеграції менеджменту, маркетингу та логістики

Lesia Kostiuchenko, Diana Soloviova

National Aviation University, Kyiv

Research of the dynamics of traffic flows in Ukraine in a pandemic

lesia.kost@gmail.com

Introduction. Studies of business behavior in various areas in a pandemic have shown that logistics is an area of activity that is one of the first to respond to changes during crises. On the other hand, logistics companies serve almost all sectors of the economy. The most common consequences of the crisis are a decrease in freight traffic at the global and local levels. The reasons for changes in demand are mainly: rising fuel prices, closing borders, imposing restrictions by certain states or international agreements. ***The purpose of this study*** is to analyze the impact of the economic crisis due to the coronavirus pandemic.

The coronavirus pandemic has affected all spheres of human life. After all, the closure of many shopping centers, airlines, railways, production cuts could not but leave a negative impact. The main changes in the market of logistics services are, first of all, the reduction of freight and passenger traffic due to the closure of borders. Passenger turnover by mode of transport clearly illustrates the quantitative changes in passenger traffic in the period 2019 - 2020 (see Figure 1) [1].

As can be seen from the schedule, the number of transported passengers in the period January-December 2020 is 2570 million. This is 60% to the corresponding period in 2019. In railway transport the number of transportations decreased by 54%, in water transport - by 55%, in air transport - by 65%. Minor changes have been made to public transport, namely tram, trolleybus, and subway. The average decrease is 35-40%.

In the field of freight transportation, quantitative changes have become crucial for many companies. There was a tendency to change suppliers, which influenced the choice of mode of transport (see Fig. 2) [1].

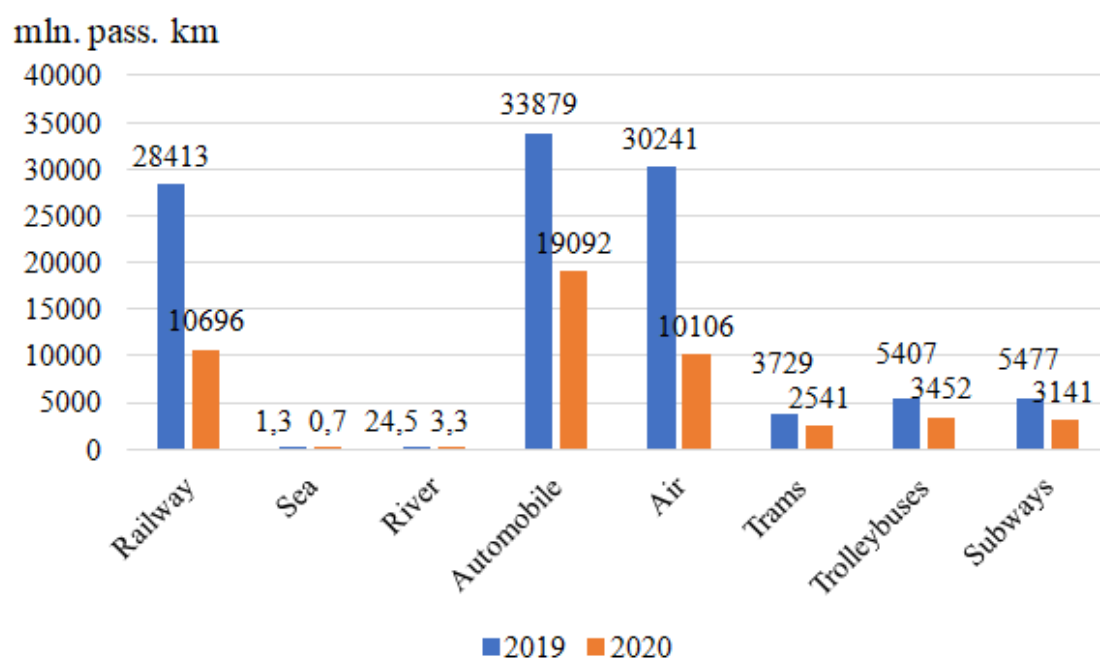


Figure 1. **Passenger turnover by mode of transport, by passenger-kilometers performed** Source: made according to [1]

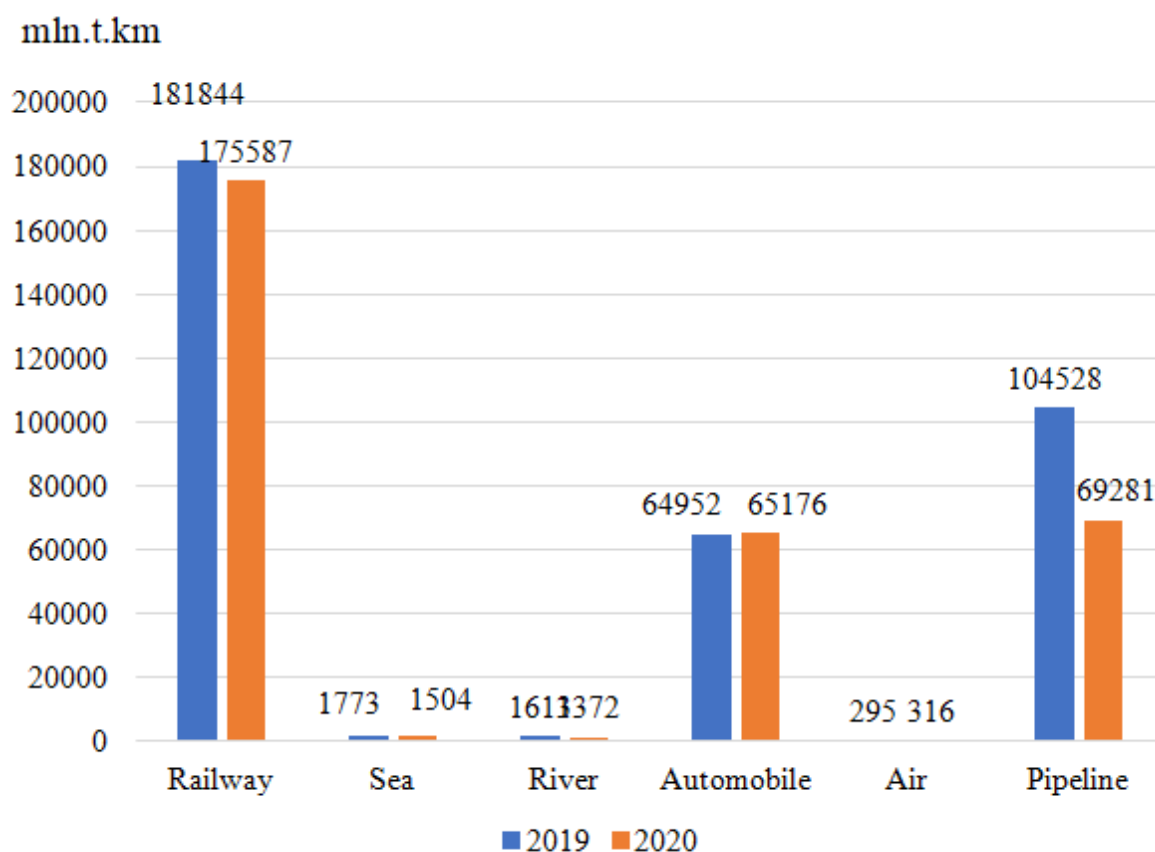


Figure 2. **Freight turnover by mode of transport, by tonne-kilometers performed** Source: made according to [1]

The amount of transported cargo in 2020 was 600 million tons. While in 2019 – 675 million tons. That is, compared to passenger traffic, freight suffered less. During the pandemic, the number of traffic decreased by 12%.

Analyzing each mode of transport, we come to the conclusion that freight transport decreased: rail – by 3%, road – 22%, water – 9%, pipeline – 14%. It should also be noted changes in the structure of goods transported by certain vehicles (see Table 1) [1].

Table 1 – **Changes in the structure of traffic flows by different modes of transport** *Source: made according to [1]*

Type of transport	Positive changes	Negative changes
	<i>Increase in the number of transported goods</i>	<i>Decrease in the number of transported goods</i>
Sea transport	Bulk cargo Container-piece cargoes Grain	Oil Chemical substances Non-ferrous metals
Road transport	Agricultural products Extractive industry products Food Wood	Leather Equipment Property
Rail transport	Coal Oil Ore	Chemical fertilizers Construction materials

In conclusion, it should be emphasized that logistics processes underwent significant changes during the coronavirus pandemic in the world. Quantitative changes in traffic in the period 2019-2020 were studied based on official statistics data, namely passenger and freight turnover. Both indicators showed a decreasing trend in the number of transported passengers and goods by different modes of transport. The reasons for the negative changes can be called: closing borders, unstable operation of enterprises and reduction of production. Such consequences indicate the total unpreparedness of the economic systems of countries. On the other hand, we can observe the adaptation of the transport system to such large-scale changes. Thus, high-quality logistics management of traffic flows will solve economic problems in a pandemic.

References:

1. Official website of the State Statistics Service URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Алекперова Н.В., Сахнацька Н.М.

Національний медичний університет імені О.О. Богомольця, м. Київ

**Використання CRM-системи як клієнтоорієнтовного інструменту
холістичного маркетингу для сталого розвитку аптечного закладу**

sakhnatskaya@ukr.net

Вступ. У сучасних умовах гіперконкуренції на вітчизняному ринку роздрібної реалізації лікарських засобів варто використовувати сучасні підходи до підвищення клієнтоорієнтованості аптечного закладу. Одним з інноваційних підходів є концепція холістичного маркетингу, яка поєднує у собі чотири важливих елементи, одним з яких є маркетинг взаємовідносин. У філософії холістичного маркетингу закладено розуміння цілісності усіх процесів управління задля задоволення потреб клієнта, тобто реалізації концепції клієнтоцентричності.

Маркетинг взаємовідносин є ключовим інструментом успіху компанії, адже аптека як заклад охорони здоров'я постійно взаємодіє з різними стейкхолдерами. Серед них — фармацевтичні компанії, дистриб'ютори, регуляторні органи, страхові компанії тощо. Завдання маркетингу взаємовідносин — побудувати довірчі та міцні стосунки з усіма зацікавленими сторонами, зокрема із споживачами. У відносинах з клієнтами варто застосовувати довгостроковий підхід, тобто не просто реалізовувати ліки чи інші товари аптечного асортименту, а побудувати довготривалі взаємини з метою максимальної орієнтації на споживача. У епоху діджиталізації це можливо реалізувати за допомогою цифрових інструментів, які значно полегшують процес формування взаємовідносин з клієнтами. Для вирішення цих завдань і була активно розвинена концепція CRM ([Customer Relationship Management](#) або управління взаємовідносинами з клієнтами), яка передбачає використання передових управлінських і інформаційних технологій для оптимізації взаємин з клієнтами.

Метою нашого дослідження є обґрунтування функцій CRM-систем у концепції холістичного маркетингу задля підвищення клієнторієнтованості сучасного аптечного закладу.

Матеріали та методи дослідження. Для досягнення поставленої мети використано дані електронних ресурсів та методи інформаційного пошуку та системного аналізу.

Отримані результати. Управління взаємодіями з клієнтами дає змогу аптечним закладам забезпечити якісну та доступну фармацевтичну допомогу. Це досягається за допомогою ефективного управління аптечним закладом за допомогою цифрових інструментів. Метод CRM важливий, оскільки кінцева мета даного підходу – це максимізація лояльності споживачів. [Customer Relationship Management](#) – це модель взаємодії, що визначає, що центром всієї філософії бізнесу є клієнт, а основними напрямками діяльності є заходи з підтримки ефективного маркетингу, продажу та обслуговування клієнтів. CRM-системи є ключовим інструментом для ефективного функціонування сучасних компаній, у тому числі й аптечних, їх використання дозволяє автоматизувати весь процес управління взаємодій з клієнтами.

Прикладом CRM-системи для аптек є програмне забезпечення Бітрікс24, яке дозволяє якісно та ефективно систематизувати роботу підприємства. Даний інструмент важливий не тільки для створення та підтримки клієнтської бази, а й для кадрової політики: керівник може формувати завдання підлеглим й слідкувати за їх виконанням в режимі онлайн. Варто зауважити, що впровадження CRM-системи більш доречно для аптечних мереж, де є великий обсяг інформації та необхідність систематизації даних про клієнтів. Система управління взаємовідносинами з клієнтами допомагає аптечному бізнесу розвиватись, економить час на створенні звітності, моніторингу та систематизації інформації.

CRM-система дозволяє автоматизувати процес спілкування з клієнтом і методи обробки його звернень, що позитивно відображається в реалізації клієнтоорієнтованої стратегії компанії та сприяє росту її прибутків. Основні

функції CRM-систем у концепції холістичного маркетингу аптечного закладу систематизовано та схематично показано на рис. 1.



Рис. 1. Функції CRM-системи у контексті холістичного управління сучасним аптечним закладом

Висновки. Отже, використання CRM-системи є одним із пріоритетних напрямів маркетингової діяльності, оскільки це сприяє підвищенню якості обслуговування клієнтів та забезпечує сталий розвиток аптечного закладу. Таким чином, CRM-системи є ключовим інструментом холістичного підходу, що полягає у створенні і утриманні унікальних конкурентних переваг аптеки за рахунок кваліфікованого управління взаємовідносинами з клієнтами.

Білоус М. В.

Українська військово-медична академія, м. Київ

Доцільність застосування аналітичних інструментів для підтримки прийняття управлінських рішень щодо організації логістичного забезпечення медичним майном Збройних Сил України

maryvictory@ukr/net

Вступ. Проблема організації логістичного забезпечення медичною технікою та майном Збройних Сил (ЗС) України з використанням новітніх інформаційних технологій є надзвичайно актуальною з огляду на державний курс євроатлантичної інтеграції. Особливої уваги потребують питання використання сучасних аналітичних інструментів, як засобів підтримки обґрунтованих управлінських рішень для потреб Командування Медичних сил ЗС України.

Мета дослідження. Вивчення доцільності застосування інформаційної аналітичної системи “IBM i2 Analyst’s Notebook” в Управлінні медичного постачання Командування Медичних сил ЗС України для підтримки прийняття управлінських рішень щодо організації логістичного забезпечення медичним майном ЗС України.

Матеріали та методи. Для досягнення мети дослідження проведено аналіз закордонної і вітчизняної наукової літератури, чинної нормативно-правової бази України, а також зведена інформація, щодо потреби у лікарських засобах ЗС України та документація користувача аналітичної системи “IBM i2 Analyst’s Notebook”. Методами дослідження є бібліографічний, аналітичний, прогностичний та узагальнення.

Отримані результати. В ході проведеного дослідження отримано наочні приклади використання аналітичної системи “IBM i2 Analyst’s Notebook”, що графічно зображені за допомогою можливостей програмного аналітичного забезпечення. Результати дослідження та відсутність альтернативних інформаційних аналітичних систем в Управлінні медичного постачання

Командування Медичних сил ЗС України для оптимізації організації логістичного забезпечення медичним майном ЗС України стали основою розробки рекомендацій щодо впровадження вказаної ліцензійної інформаційної аналітичної системи для використання в органі управління Медичними силами. Вищевикладене забезпечить мінімізацію логістичних витрат за рахунок гнучкого управління постачанням медичним майном військових частин ЗС України та закладів охорони здоров'я Міністерства оборони України на підставі створених аналітичних звітів.

Висновки. На основі аналізу літературних наукових джерел обґрунтовано оптимальний вибір аналітичної системи для потреб Командування Медичних сил ЗС України щодо організації логістичного забезпечення медичним майном ЗС України. Вивчено можливості аналітичної системи “IBM i2 Analyst’s Notebook” та доведено доцільність використання цієї інформаційної аналітичної системи для підтримки прийняття управлінських рішень з організації медичного постачання в Управлінні медичного постачання Командування Медичних сил ЗС України.

Бондарєва І.В., Тур В.Р.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Маркетинговий аналіз ринку лікарських препаратів, які застосовуються у терапії вегетосудинної дистонії у дітей

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. Згідно зі статистичними даними, лише 15% дітей можна вважати практично здоровими, у інших спостерігаються ті чи інші морфологічні та функціональні відхилення, хронічні захворювання. Синдром вегетативної дисфункції включає в себе прояв всіх форм порушення вегетативної регуляції. Проблема залишається актуальною, так як поширеність вегетативних дисфункцій у дітей і підлітків дуже значна і коливається від 30 до 81% в популяції.

Метою дослідження є маркетинговий аналіз ринку лікарських препаратів, які застосовуються у терапії вегетосудинної дистонії.

Матеріали та методи: анкетування, аналіз, системний, графічний, спостереження.

Отримані результати. В ході маркетингового дослідження визначена структура асортименту, яку формують 5 класифікаційних груп лікарських засобів, які застосовуються для лікування синдрому вегетативної дисфункції у дітей, згідно АТС-класифікації. Лідуючу позицію займає група N «Препарати для лікування захворювань нервової системи» — 66,7%, другу позицію — група С «Препарати для лікування захворювання серцево-судинної системи» — 20,0%, третю позицію — препарати групи А «Препарати, що впливають на травний тракт і обмін речовин», на які припадає 6,7% в загальному обсязі асортименту.

Виявлено, що 69% ліків даної групи вітчизняного виробництва, а 31% — закордонні препарати. Ринок препаратів для лікування синдрому вегетативної дисфункції у дітей представлений ліками 18 країн-виробників.

Висновки. Таким чином, проведено маркетинговий аналіз ринку лікарських препаратів, які застосовуються у терапії вегетосудинної дистонії.

Гриценко С.І., Демус А.О., Чигирик І.Г.

Національний авіаційний університет, м. Київ

Формування професійних компетентностей фахівців з логістики

nasty.demus12.00@gmail.com

Вступ. Виклики сьогодення потребують посиленних вимог до підготовки фахівців різних сфер господарської діяльності, в тому числі фахівців з логістики. З розвитком ринкових відносин підготовка висококваліфікованих фахівців у сфері логістики є головною передумовою розвитку всіх економічних суб'єктів, що є важливим фактором при піднесенні економіки країни до світового рівня. Перспективи розвитку, а також ділова репутація компанії на ринку значною мірою залежать від особистості менеджера, його професійних навичок, і, звичайно, людських якостей. Формування знань персоналу повинні відповідати організаційній структурі підприємства та функціональним обов'язкам працівників відділу логістики.

Мета дослідження. Розгляд проблем набуття професійних компетентностей фахівців з логістики з точки зору світової інтеграції, глобалізації світової економіки, високих вимог європейської освіти на засадах Болонської угоди.

Матеріали та методи. Необхідні професійні навички фахівця з логістики формуються у системі освітніх компонентів на відповідному рівні вищої освіти завдяки освітньо-професійним програмам. У глобальному освітньому просторі зростає значення цифрового маркетингу з новими digital-каналами й технологіями, які сприяють розвитку освітніх кластерів, завдяки чому вітчизняні вищі навчальні заклади зможуть вижити в конкурентній боротьбі на міжнародному ринку освітніх послуг [1, с. 29]. Для підвищення знань у сфері логістики існує система підвищення кваліфікації, підготовки та перепідготовки логістичного персоналу має враховувати такі три рівня управління логістикою в компанії [2]:

1) «Топ-менеджмент» - вищий управлінський персонал, наприклад, віце-президент компанії з логістики, директор з логістики, інтегральний логістичний менеджер, начальник відділу (служби) логістики.

2) «Середній рівень» - середній управлінський персонал - керівники структурних підрозділів відділу (служби) логістики компанії, логістичні менеджери середньої ланки, аналітики, провідні логістичні менеджери і т.п.

3) «Операційний рівень» - нижчий лінійно-функціональний персонал служби логістики фірми [3].

У всіх проведених дослідженнях використаний метод моніторингу та аналізу даних, оскільки саме ці методи спроможні допомогти у розгляді теми.

Отримані результати. В процесі розгляду даної теми було розглянуто оголошення із сайтів пошуку роботи типу «пропоную роботу». У більшості запропонованих вакансій вимоги до спеціалістів мають схожий характер. Невеликий відсоток роботодавців готові взяти фахівців без досвіду роботи. Отже, аналізуючи основні вимоги та обов'язки, які необхідні для роботи у сфері логістики, проведено дослідження (з кожного сайту розглянуто по 15 оголошень) (табл. 1).

Таблиця 1

Узагальнення даних про вимоги до компетентності логіста на основі зібраних даних типу «пропоную роботу»

Перелік компетенцій (загальні, професійні)	Джерела інформації			
	Сайт «work.ua»	Сайт «rabota.ua»	Сайт «ua.jobble.org»	Всього
Знання англійської мови	13	9	12	34
Досвід роботи	13	14	15	42
Вміння працювати з документами	14	12	13	39
Вища освіта	14	12	6	32
Знання ПК, word	15	15	15	45
Знання ЗЕД	9	8	4	21
Знання законів	7	6	2	15
Уважність	9	10	6	25
Стресостійкість	13	13	15	41
Комунікабельність	13	12	7	32
Грамотність	14	12	5	31
Відповідальність	12	10	13	35

Таким чином, на основі даного дослідження можна зробити радар компетентностей, який не містить оцінки професійних і особистісних якостей керівника, а відображає бачення (оцінку) респондентами поведінки, яку демонструють керівники в розрізі Моделі управлінських компетенцій (рис. 1).

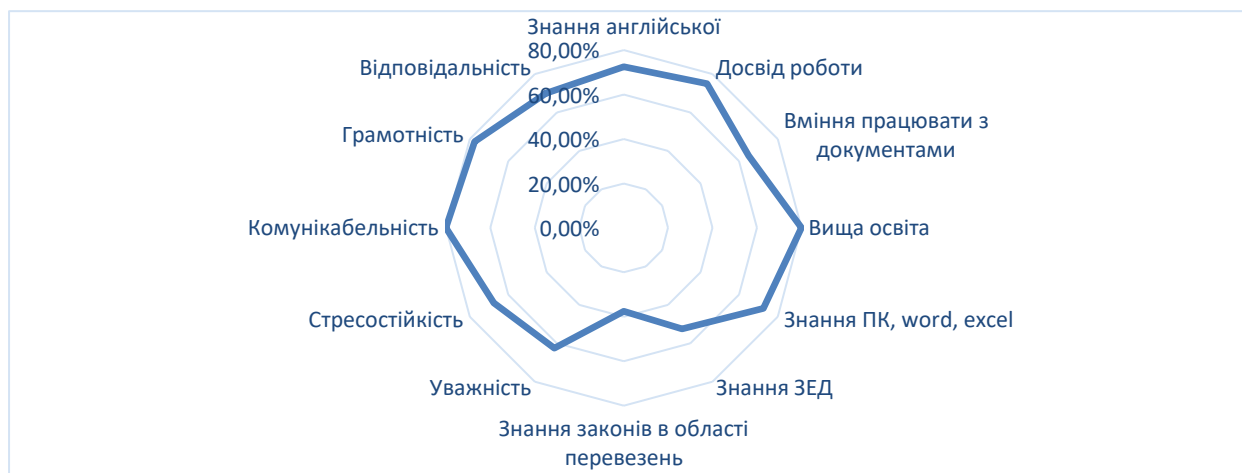


Рис.1. Радар компетентностей на основі зібраних оголошень типу «пропоную роботу (вакансії)»

Висновки. Отже, концепція розвитку освітніх кластерів знаходиться на стадії становлення в Україні. Необхідною умовою успішного її розвитку при цьому є підготовка висококваліфікованих фахівців, які можуть здійснювати проєктування автоматизованих систем логістики та застосовувати їх на підприємствах. Якісна підготовка фахівців у сфері логістики допоможе оптимізувати алгоритм формування єдиного освітнього простору, зумовленого процесами глобалізації.

Список використаних джерел

1. [Гриценко С.І.](#) Цифровий маркетинг - нова парадигма розвитку освітніх кластерів в умовах глобалізації. Вісник економічної науки України. Науковий журнал. № 1 (30). 2016. С. 29-31.

2. Офіційний сайт Європейської логістичної асоціації. URL: <http://www.elalog.eu>.

3. Офіційний сайт Української логістичної асоціації. URL: <http://ula-online.org/ua/>

Колісніченко А.В., Гриценко С.І.

Національний авіаційний університет, м. Київ

Управління логістичними бізнес-процесами в умовах діджиталізації

sergiy.gritsenko@gmail.com

Вступ. На сучасному етапі розвитку технологій у різних сферах діяльності існує необхідність переходу компаній на нові методи роботи. Інновації важливі для кожної галузі. Щоб залишатися конкурентоспроможними, компанії мають використовувати інновації, інтегрувати та оптимізувати свої бізнес-процеси в ланцюгах постачань.

Тепер для логістичної компанії здатність гнучко управляти ланцюгом постачань, тобто швидко та з найменшими витратами реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, є важливою конкурентною перевагою.

Інструментом для цього, насамперед, є хороша інформаційна ІТ -система, яка допомагає менеджерам та полегшує їх роботу. Система повинна бути налаштована не тільки в бізнес-процесах компанії, але і для потреб клієнтів, а також мати можливість фіксувати всі нюанси роботи з певним навантаженням.

Протягом останнього десятиліття спостерігається стабільне зростання та поширення цифрових додатків та платформ у логістиці, частково через свідомий поштовх компаній впроваджувати технології, що підвищують ефективність та зменшують витрати.

Вплив цифровізації та автоматизації на ланцюжок постачань широко поширений. Оцифрування забезпечує більшу прозорість у ланцюгах постачання та диспетчеризації, а отже покращує управління ланцюгами постачань.

Матеріалами дослідження є наукові праці вчених з проблем цифрових технологій й управління логістичними бізнес-процесами в ланцюгах постачання [1-3].

Метою дослідження є розробка пропозицій та рекомендацій щодо вдосконалення бізнес - процесів компанії шляхом їх автоматизації.

Методами дослідження є аналітичний, емпіричний, моделювання, експертні оцінки, екстраполяція часових рядів.

Отримані результати. На сучасному рівні розвитку автоматизація процесів є одним із підходів до управління процесами на основі використання інформаційних технологій. Такий підхід дозволяє керувати операціями, даними, інформацією та ресурсами за допомогою комп'ютерів та програмного забезпечення.

Впровадження нових технологій прискорює процеси шляхом оптимізації ресурсів: людських, природніх (сировинних), фінансових, інформаційних.

Результатом впровадження технологій у компанії є збільшення замовлень, збільшення клієнтської бази та ефективність учасників транспортування.

Результатом взаємодії та використання транспортно - логістичної системи є висока ймовірність виконання всіх необхідних вимог замовника, що включає доставку необхідного вантажу, який буде завантажений та доставлений до бажаного пункту призначення у необхідній кількості, якості та з найдоступнішою ціною.

Діджиталізація бізнес-процесів здійснюється за допомогою проекту реалізації інформаційної системи, що автоматизує не тільки функції бухгалтерського обліку, а й бізнес – логіку, як реалізацію правил і обмежень операцій, що автоматизуються. Автоматизація бізнес - процесів обов'язково повинна вирішувати питання взаємодії.

У сфері логістики автоматизація бізнес - процесів як ніколи актуальна, оскільки через неефективну побудову внутрішніх логістичних процесів у світі автоматизація ділових мереж стала гострою проблемою на тлі загальної глобалізації.

В умовах глобальних трансформацій компанії не можуть займатися інноваціями від випадку до випадку. На шляху неминучої діджиталізації цьому можуть сприяти транспортно-логістичні кластери з використанням інтелектуальних транспортних систем. Інтелектуальні транспортні системи – це застосування комп'ютерних, інформаційних та комунікаційних технологій для

управління транспортними засобами та мережами у реальному часі, включаючи переміщення людей і вантажів [3].

Процеси діджиталізації можуть скоротити час на всіх етапах ланцюжка постачань, тим самим роблячи діяльність більш простою та ефективною, зводячи ймовірність помилки до мінімуму.

Висновки. На сучасному рівні розвитку діджиталізація процесів є одним із підходів до управління процесами на основі використання інформаційних технологій. Такий підхід дозволяє керувати операціями, даними, інформацією та ресурсами за допомогою комп'ютерів та програмного забезпечення.

Діджиталізація логістичних бізнес - процесів є перевагою серед конкурентів, ключовим показником при виборі компанії, надає гарантії щодо безпечної доставки вантажів з дотриманням всіх необхідних вимог.

Література

1. Удовіченко С.О., Віннікова І.І. Діджиталізація бізнес-процесів підприємства: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи» (22 квітня 2021 р., Київ), Київ, 2021. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/230518>.
2. Набока Р.М., Шукліна В.В. Вплив інтеграції логістичних ланцюгів поставок на підвищення потенціалу підприємства. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/89.pdf.
3. Гриценко С.І. Формування екологічно спрямованої діяльності транспортно-логістичних кластерів з використанням інноваційних інтелектуальних технологій. Cluster Policy of Innovative Development of the National Economy: Integration and Infrastructure Aspects: collective monograph. Poznań: Wydawnictwo naukowe WSPiA, 2020. 382 p. (P 335-351).

Костюченко Л.В., Поліщук А.В., Коцюба Д.О.

Національний Авіаційний університет, м. Київ

Оцінка ефективності управління асортиментом окремих груп товарів у торговельній мережі

lesia.kost@gmail.com

Актуальність. На сьогоднішній день на полицях у магазинах представлено досить велику кількість різних видів товарів. Супермаркети мають за мету в першу чергу задовольнити свого покупця. Саме тому важливо періодично оцінювати ефективність управління асортиментом окремих груп товарів у торговельній мережі. Зокрема предметом даного дослідження було обрано асортимент молочного шоколаду однієї із торговельних мереж Києва. Виходячи із зазначеного вище, **метою дослідження** є оцінка глибини та широти молочного шоколаду в торговельних точках мережі супермаркетів «АТБ».

На сьогоднішній день торговельна мережа «АТБ» – це досить популярна мережа супермаркетів. Тому дослідження ефективності управління асортиментом у цих магазинах ґрунтується на маркетинговій стратегії орієнтації на споживача. Менеджерам та адміністраторам супермаркетів важливо знати та розуміти свого споживача, покупця щоб задовольнити його потреби і в результаті отримати прибуток від продажу товарів.

Товарним асортиментом вважається група товарів, тісно пов'язаних між собою схожістю принципів функціонування, продажем одним і тим самим групам покупців, реалізацією через аналогічні канали збуту або належністю до одного й того самого діапазону цін. Обсяг і структура асортименту характеризуються показниками: глибини та широти асортименту. Глибина асортименту — кількість моделей, розмірів або відтінків смаку, кількість різновидів товару певного товарного асортименту. Широта асортименту — різноманітність товару в асортименті (або кількість асортиментних груп). Розширення товарного асортименту означає вихід за його межі, зазвичай у суміжні товарні категорії [1].

На полицях у магазині представлено досить різноманітний асортимент молочного шоколаду різних виробників та з різноманітним наповненням. Але важливим є зіставлення наявного асортименту товарів із тим, який є на відповідному ринку. Для цього можемо скористатися розрахунком коефіцієнтів широти (визначається як відношення фактичної широти ($Ш_{\phi}$) до базової ($Ш_{\phi_0}$)) та глибини (визначається як відношення фактичної широти ($Г_{\phi}$) до базової ($Г_{\phi_0}$)) асортименту.

Проведені дослідження асортименту молочного шоколаду в магазинах торгівельної мережі «АТБ» показали, що всього на полицях представлено 10 видів: класичний, пористий, з додаванням лісових горіхів, печива, ягід, карамелі (у т.ч. солоної), мигдальних горіхів, кокосу, мармеладу, міксу екзотичних фруктів. При чому кожного із цих видів налічується по декілька підвидів (табл. 1).

Таблиця 1

Вихідні дані для оцінки глибини асортименту молочного шоколаду

№ з/п	Найменування асортименту молочного шоколаду	Кількість різновидів асортиментної позиції
1	Класичний	2
2	Пористий	3
3	З лісовим горіхом	4
4	З печивом	6
5	З ягідною начинкою	4
6	З карамеллю солоною	1
7	З мигдальним горіхом	2
8	З кокосом	1
9	З карамеллю, мармеладом та печивом	1
10	З міксом екзотичних фруктів	1
Разом за глибиною асортименту		25

Отже, фактична глибина асортименту молочного шоколаду в обраній мережі – 25 найменувань. Далі було проведено аналіз широти шоколаду – кількості асортиментних одиниць, що пропонуються споживачеві. Так, окрім молочного шоколаду в магазині також є чорний пористий, звичайний, з наповнювачами та білий шоколад пористий (табл. 2).

Оцінки коефіцієнту широти асортименту молочного шоколаду

Найменування асортименту молочного шоколаду	Фактична широта (Шф)		Коефіцієнт широти ($K_{ш}$)
	На ринку загалом ($Ш_{б}$)	У магазинах АТБ ($Ш_{ф}$)	
Класичний	13	2	0,15
Пористий	7	3	0,4
З лісовим горіхом	8	4	0,5
З печивом	6	6	1
З ягідною начинкою	12	4	0,3
З карамеллю солоною	5	1	0,2
З мигдальним горіхом	4	2	0,5
З кокосом	6	1	0,17
З карамеллю, мармеладом та печивом	1	1	1
З міксом екзотичних фруктів	1	1	1
Разом	63	25	0,4

Отже, як видно з табл. 2 широта асортименту склала 25 видів шоколаду, більшість з них це виробник «*Milka*». Наступним кроком дослідження було проаналізовано повноту асортименту обраної групи товарів, що показує загальну чисельність набору товарів. Отже, всього нараховано 10 видів молочного шоколаду з глибиною – 25 підвидів. Коефіцієнт повноти розраховується як відношення фактичної кількості видів однієї групи до максимальної кількості найменувань досліджуваної групи на всіх досліджуваних підприємствах (на ринку). Якщо прийняти, що таких виробів на ринку може бути – 63 (базовий показник повноти асортименту), то звідси коефіцієнт повноти **асортименту становитиме:** $(25/63) \times 100\% = 39,68\%$

Висновок. Отже, проаналізувавши наявність молочного шоколаду, який є на полицях у магазині обраної торгівельної мережі, можна зробити висновок, що спостерігається раціональний асортимент молочного шоколаду (забезпечений майже на 40%), що свідчить вписується у загальну стратегію торгівельної мережі, однак споживач має не дуже широкий вибір. Тому, за умови підвищення конкурентної боротьби рекомендується у процесі формування товарного асортименту дотримуватися основних стратегій товарного асортименту: поглиблення асортименту та підтримка популярних торгових марок.

Проаналізувавши фактичну глибину асортименту, на перший погляд може здатися, що це багато, але якщо порівняти з іншими мережами супермаркетів, виявиться набагато більше видів, виробників, смаків тощо. Але з іншого боку варто оптимально оцінювати потребу у глибшому асортименті, оскільки на полицях представлені найбільш популярні та розрекламовані шоколадки, які споживач зазвичай купує.

На нашу думку, асортимент шоколаду доречно було б розширити на декілька нових вже знайомих споживачеві видів. Це б дало покупцям можливості ширшого вибору асортименту, а мережі – попередити дії конкурентів у цьому напрямі. Для прикладу можна взяти такий виробник молочного шоколаду, як *Alpinella*, котрий у своєму асортименті має досить багато смаків, а ціна є доступною: споживачу це б сподобалося. Такий крок міг би позитивно вплинути на підвищення ефективності управління асортиментом мережі, а також загалом на збільшення обсягів продажів.

Література

1. Григорчук Т.В. Маркетинг. 2ч. :навч.посіб., К.: ви-во Ун-ту "Україна", 2007 р. / URL: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-5/5-4-tovarnij-asortiment-i-nomenklatura>
2. Сахненко А.С. Аналіз асортиментного портфеля на прикладі підприємства м'ясопереробної галузі // Глобальні та національні проблеми економіки. Збірник наук. робіт Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – Випуск 10. 2016, С. 486 – 490. URL: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/101.pdf>
3. Шоколад: загальні технічні умови. ДСТУ 3924-2014 URL: http://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY2/dsty_3924-2014.pdf

Лісна А.Г., Посилкіна О.В

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Основні вимоги до нормативно-правового забезпечення у сфері якості функціонування холодкових ланцюгів постачання біофармацевтичних препаратів

lesnayaag@gmail.com

Вступ. На сьогоднішній день успішні програми імунізації будуються на підставі створення ефективних безперервних ланцюгів постачань біофармацевтичних препаратів. Роль ланцюгів постачань полягає у забезпеченні належного транспортування, зберігання біофармацевтичних препаратів, поводження з ними і управління запасами; суворому контролю за температурним режимом у холодковому ланцюзі постачань і підтримці адекватних інформаційних систем управління холодовою логістикою. Кінцевою метою є забезпечення безперебійної доступності якісних біофармацевтичних препаратів у ланцюгу від виробника до кінцевих споживачів (закладів охорони здоров'я, населення). Отже, якість біофармацевтичних препаратів і ефективність процесу вакцинації населення в значній мірі залежать від дотримання вимог щодо температурного режиму, які повинні бездоганно виконуватися всіма учасниками ланцюга постачань. Реально забезпечити функціональність такого «холодового ланцюга» в умовах пандемії можливо тільки в межах фармацевтичних ланцюгів постачань, побудованих із дотриманням всіх вимог належних практик .

Метою даного дослідження є проведення аналізу нормативно-правового забезпечення у сфері якості функціонування холодкових ланцюгів постачання біофармацевтичних препаратів.

В Україні на сьогоднішній день нормативно-правове забезпечення у сфері якості функціонування холодкових ланцюгів постачання біофармацевтичних препаратів гармонізовано і здійснюється в рамках нормативних баз ВООЗ, ЄС і директив ЄС, Міжнародної конференції з гармонізації технічних вимог до реєстрації лікарських препаратів для людини – International Conference on

Harmonisation of Technical Requirements for Registration of Pharmaceuticals for Human Use (ICH), Міжнародної Організації зі Стандартизації – International Organization for Standardization (ISO), Конвенції фармацевтичних інспекцій і Системи співробітництва фармацевтичних інспекцій – Pharmaceutical Inspection Convention and Pharmaceutical Inspection Co-operation Scheme (PIC, PIC/S), Управління з контролю якості харчових продуктів і лікарських препаратів США – Food and Drug Administration (FDA, USA), нормативної документації України, що регламентують зазначені вимоги (таблиця).

В цих нормативних документах представлено вимоги і норми регулювання, які враховують специфіку сировини, технології виробництва, складування та транспортування, забезпечення контролю якості біофармацевтичних препаратів. Документація ICH (Q 5 A-E ,Q 6) являє собою керівництва щодо регулювання, розроблення та виробництва біофармацевтичних препаратів, оцінювання вірусної безпеки біотехнологічних продуктів, отриманих з клітин людського або тваринного походження, аналіз речовин, вироблених шляхом рекомбінантної ДНК, проведення випробувань на стабільність, порівняльної характеристики, оцінювання безпеки, специфікацій та визначення критичних точок у виробництві біофармацевтичних препаратів.

Висновки. Отже, як показав проведений аналіз в Україні на теперішній час створено гармонізовану нормативну базу до Європейських документів – Директив Європейського Парламенту та Ради ЄС 2001/83/ЄС, 2003/63/ЄС та 2004/27/ЄС. Це забезпечує підвищення технічних вимог до біофармацевтичних препаратів з метою підвищення стандартів якості та рівня забезпечення якості лікарських засобів в інтересах споживачів, покращення умов міжнародного обігу лікарських засобів, а також постійне удосконалення системи управління та забезпечення якості, нормативних документів на основі цілісного підходу до стандартизації об'єкта, стандартів і системи стандартизації.

Нормативно-правове забезпечення у сфері якості функціонування холодових ланцюгів постачання біофармацевтичних препаратів

Назва організації або країна	Нормативно-правова документація
World Health Organization	– Requirents for Biological Substances №7, World Health Organization ; – WHO Expert Commeti on Specifi cation for Biological Standartization. Forty-third Report. Geneva, World Helth Organization та ін.
ICH	– ICH Q5A Quality of Biotechnological Products: Viral Safety Evaluation of Biotechnology Products Derived from Cell Lines of Human or Animal Origin; – ICH Q5B Quality ofBiotechnological Products: An alysis of the Expression Constructin Cell Lines Used for Production of r-DNA Derived Protein Products; – ICH Q5C Quality of Biotechnological Products: Stability Testing of Biotechnological/Biological Products; – ICH Q5D Quality of Biotechnological Products: Derivation and Characterisation of Cell Substrates Used for Production of Biotechnological/Biological Products; – ICH Q5E Comparability of Biotechnological/Biological Products; • Preclinical Safety Evaluation of Biotechnology-Derived Pharmaceuticals (S6); – ICH Q6B Specifi cations: Test Procedures and Acceptance Criteria for Biotechnological/Biological Products; – ICH Q11 on development and manufacture of drug substances (chemical entities and biotechnological/biological entities) та ін.
European Union	– Directive 2000/54/EC – biological at work – Directive 2001/83/EC ; Directive 2003/63/EC ; Directive 2004/27/EC ; – Council regulation (EEC) №2309/93 та ін.
PIC PIC/S	Inspection of biotechnology manufacturers (AideMémoire) 2007
ISO	Quality Management System ISO 9001:2008 та ін.
FDA	FOOD AND DRUGS.CHAPTER I – FOOD AND DRUG • ADMINISTRATION DEPARTMENT OF HEALTH AND HUMAN SERVICES SUBCHAPTER F– BIOLOGICS. Biological products та ін.
Україна	– Настанова СТ-Н МОЗУ 42-4.0:2020 «Лікарські засоби. Належна виробнича практика»; – Наказ МОЗ України «Про затвердження Порядку здійснення контролю за відповідністю імунобіологічних препаратів, що застосовуються в медичній практиці, вимогам державних і міжнародних стандартів» (№ 589 від 01.10.2014); – Наказ МОЗ України «Про порядок забезпечення належних умов зберігання, транспортування, приймання та обліку вакцин, анатоксинів та алергену туберкульозного в Україні» (№ 595 від 16.09.2011), – Закон України «Про захист населення від інфекційних хвороб» (№ 1645-III від 18.04.2000) ; – Закон України «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення» (№ 4005-XII від 24.02.1994); – Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку імунопрофілактики та захисту населення від інфекційних хвороб, яким можна запобігти шляхом проведення імунопрофілактики, на період до 2022 року та затвердження плану заходів щодо її реалізації» (№ 1402-р. від 27.11.2019) та ін.

Літвінчук Ю.А.

Національний авіаційний університет, м. Київ

Основні проблеми складської логістики

5328967@stud.nau.edu.ua

Вступ. Логістика є свого роду каталізатором промислового розвитку, вдосконалення якого має велике значення для нашої країни.

Щодо проблем ефективного функціонування логістичного процесу, то проблеми дослідження факторів, які впливають на цей процес, розглядаються в досить великій кількості праць як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Найґрунтовніші належать таким науковцям Сток Дж. Р., Ламберт Д. М. М. А. Окландер, Є. В. Крикавський, П. В. Николайчук та ін. В умовах стрімкого розвитку логістики складування виникає потреба дослідження системи управління логістичним процесом на складі.

Недостатність досліджень саме в цій сфері та необхідність визначення впливу нових факторів на логістичний процес на складі обумовлює **актуальність і мету статті.**

На даний час в Україні існує безліч проблем в галузі загальної логістики і в області матеріально-технічного забезпечення складу. Найголовнішими з них є:

- слабкий розвиток складської інфраструктури. В даний час в Україні спостерігається дефіцит сучасних складських приміщень класів А, А + і В +, більше половини всіх експлуатованих складських приміщень відноситься до категорій С і D;

- слабкий розвиток виробництва сучасних видів тари і упаковки. Через дефіцит на ринку технологічних видів тари і упаковки підвищуються втрати на етапах складування і зберігання;

- дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері логістики. В Україні на даний час спостерігається нестача фахівців, що володіють знаннями в сфері логістики. Рівень професійної підготовки логістів недостатньо високий, часто не відповідає вимогам ринку;

- відсутність матеріально-технічної бази;

- відсутність адресного зберігання на деяких складах викликає ряд помилок підбору, недопоставки. А це часто викликано низьким ступенем автоматизації.

Управління складськими операціями не є простим завданням. Складська інвентаризація повинна враховуватися і регулярно оновлюватися, щоб не було помилок в цьому процесі. Ось кілька найбільш поширених складських проблем і що можна зробити для їх вирішення, щоб підвищити ефективність складських операцій:

1) Відсутність зв'язку - відсутність зв'язку часто призводить до хвилювання серед членів команди і навіть клієнтів. Ця проблема зазвичай виникає, коли логістична компанія не може встановити відкритий зв'язок зі своїми клієнтами, особливо в процесі доставки товарів. Відсутність співпраці між департаментами також призведе до аналогічної проблеми. Як наслідок підприємство не матиме хорошої командної роботи, що негативно позначиться на продуктивності. З іншого боку, ваші клієнти можуть ніколи більше не захотіти співпрацювати з вами, тому що ви не виправдаєте їх очікувань.

2) Складські приміщення - склади і відділи зазвичай потребують більшого вертикального охоплення. Працівники логістики, як правило, розміщують різні частини певних продуктів на різних полицях, а іноді навіть просто залишають їх на підлозі. Цей вид безладного розташування зробить знаходження продуктів і товарів важким. Не кажучи вже про те, що є ймовірність, що продукти будуть пошкоджені через погане поводження.

3) Висока вартість - менеджери складів можуть захотіти підвищити продуктивність при мінімізації витрат на робочу силу. Ви можете неохоче купувати дорогі інструменти і оплачувати витрати на технічне обслуговування цього обладнання, незважаючи на те, що це допоможе вам досягти більшої ефективності та продуктивності.

4) Автоматизація - дана операція може працювати злагоджено, але без максимального використання автоматизації. Це призведе до виснаження працівників. В результаті у них може бути напружене робоче середовище.

Основними проблемами логістичної компанії є відсутність внутрішньої комунікації та відсутність кваліфікації. Тому необхідно підвищувати кваліфікацію співробітників в близьких і далеких зарубіжних країнах.

Виходячи з вище перерахованих проблем, можна запропонувати наступні рішення:

1. При будь-яких обставинах спілкування повинно бути пріоритетом номер один. Для менеджера складу, управління співробітниками і зв'язок між ними має життєво важливе значення. Необхідно влаштувати регулярні зустрічі з членами команди, щоб поговорити про поточні проблеми і знайти вихід разом. Також потрібно тримати своїх клієнтів в курсі поточної інформації.

2. Використання вертикального сховища може допомогти зменшити несправність. Використовуючи модуль вертикального підйому, ви можете максимізувати зберігання на вашому складі і ефективно використовувати порожній простір для зберігання важливіших товарів. Щоб отримати доступ до ваших продуктів з декількох поверхів, ви можете побудувати отвір зсередини вашого складу або на кожному поверсі (бічні стелажі); Крім того, використовуючи вертикальний простір, ви можете мінімізувати помилки підбору і тим самим підвищити продуктивність.

3. Оптимізація використання таких технологій, як склад робототехніки для підвищення продуктивності праці співробітників є безпрограшним рішенням, оскільки ваші працівники можуть бути більш щасливі на робочому місці, оскільки ці роботи можуть полегшити їх завдання і звести до мінімуму стрес. Також нова технологія дозволяє встановлювати самонавідний робот для виконання завдань під час роботи з співробітниками. Ці програми дозволяють роботам точно знати, де і коли вибрати елемент, а потім перемістити його в потрібні місця. Сучасні технології також допоможуть вам знайти найкраще місце для вашого товару. Це не тільки мінімізує ризик вигорання співробітників, але і оптимізує порожній простір на складі.

4. Відновлений ринок повинен активно співпрацювати з державою, переконувати його відмовитися від певних вимог і усунути існуючі перешкоди.

Багато виробників автоматично здійснюють складування речей, здійснюють складську логістику і переводять звідти найбільш важливі роботи разом з ресурсами.

Висновки. Отже, проблеми складської логістики є надзвичайно важливими для ефективної роботи компанії. Потрібно вчасно виявляти ці проблеми та впроваджувати заходи для їх усунення.

Список використаних джерел:

1. Григорак М. Ю. Стратегія макросегментування ринку логістичних послуг в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 18. С. 83—89.

2. Шандарівська О. Є., Шевців Л. Ю. Комплексний аналіз ринку логістичних послуг в Україні. Актуальні проблеми економіки. 2016. № 7 (181). С. 163—173.

3. Смерічевська С. В. Формування освітньо-інноваційного потенціалу логістизації національної економіки: стратегічні імперативи : монографія. Херсон : ТОВ Видавничий дім "Гельветика", 2015. 320 с.

4. Яковлева О. Основные тенденции в развитии логистики 2017. URL : <http://logist.fm/publications/osnovnye-tendencii-v-razvitii-logistiki-2017-goda>.

5. Глушенко Т. М. Аналіз розвитку логістичних послуг на сучасному світовому ринку. Наук. вісн. Херсон. держ. ун-ту. 2014. № 6. С. 169—171.

Чегринець А.А., Бондарєва І.В., Семчук Є.О.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Маркетингові дослідження ринку антигельмінтних лікарських засобів

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. Зараз паразитарні захворювання є найпоширенішими у світі та посідають одне з перших місць за розповсюдження та економічними втратами. Згідно з даними офіційної статистики, щорічно в нашій країні заражаються глистами понад півмільйона людей, з яких 80% становлять діти. Слід зазначити, що гельмінти викликають виражену алергізацію організму, яка супроводжується пригніченням імунітету, як у дорослих, так і у дітей, сприяє розвитку вторинних інфекцій і неінфекційних захворювань.

Метою дослідження є маркетингові дослідження ринку антигельмінтних лікарських засобів.

Матеріали та методи: анкетування, системний, графічний.

Отримані результати. Методом анкетування 56 працівників аптек було нами проаналізовано асортимент антигельмінтних лікарських засобів на фармацевтичному ринку України. Виявлено, що в Україні зареєстровано 22 найменування антигельмінтних лікарських засобів. Встановлено, що 55% імпортованих антигельмінтних препаратів на вітчизняному фармацевтичному ринку та 45% — українських. Виявлено, що лідируючі позиції за обсягами постачання припадають на Індію та Францію (27% та 23% відповідно). Антигельмінтні лікарські засоби представлені на фармацевтичному ринку України у трьох лікарських формах, серед яких найбільшу частку становлять таблетки — 64%, суспензії оральні — 31% та рослинні засоби із антигельмінтною активністю (5%). Аналіз зареєстрованих антигельмінтних лікарських засобів показав, що 92% препаратів підлягають відпуску за рецептом лікаря.

Висновки. Таким чином, проведено маркетингові дослідження ринку антигельмінтних лікарських засобів.

Шийко Б.Л.¹, Лісна А.Г.²

¹ПАТ НВЦ "БОРЩАГІВСЬКИЙ ХФЗ", м. Київ

²Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Напрями удосконалення логістичної системи фармацевтичної компанії

bogdanshyiko@gmail.com

Вступ. На сьогоднішній день для підвищення ефективності роботи фармацевтичної компанії (ФК) використання традиційних засобів, пов'язаних з удосконаленням виробничої діяльності, буває недостатнім. Тому логістика як практична діяльність стабільно займає своє місце в управлінні сучасними ФК.

Логістика допомагає скоротити час та витрати між купівлею субстанції та матеріалів та поставкою готової фармацевтичної продукції споживачам. Основна задача логістики виробничої ФК – це створення та забезпечення результативного функціонування системи управління потоковими процесами у ФК.

Логістика в сучасній ФК має оптимізаційний та інтеграційний характер. Використання логістичного підходу та створення логістичних систем дозволяє ФК скоротити запаси фармацевтичної продукції у виробництві, постачанні та збуті, підвищити час обороту оборотного капіталу, знизити собівартість фармацевтичного виробництва, забезпечити повне задоволення споживачів якістю фармацевтичної продукції та послуг. Таким чином, логістика дозволяє підвищити організаційно-економічну стійкість ФК та підвищити її конкурентоспроможність. Саме тому формування та вдосконалення логістичної системи ФК є достатньо актуальним для сучасних компаній.

Метою даного дослідження є розробка напрямків та конкретних заходів з удосконалення логістичної системи як фактору підвищення ефективності роботи ФК.

Логістична діяльність ФК - це частина управління ланцюгом постачань, яка планує, впроваджує та контролює ефективний прямий та зворотний потік зберігання фармацевтичної продукції та пов'язаної з ними інформації між точкою походження та точкою споживання з метою задоволення потреб клієнтів. Логістичну діяльність ФК можна також розглядати і з точки зору реалізації основних логістичних процесів

— координації: діяльності з оперативно-календарним планом постачання субстанцій та допоміжних матеріалів; діяльності з планом фізичного розподілу під час виробництва фармацевтичної продукції; внутрішньозаводським переміщенням субстанцій, допоміжних матеріалів та готової продукції, завантажувально-розвантажувальні роботи, транспортно-складські роботи з незавершеного виробництва тощо; господарської діяльності з планом маркетингу під час реалізації продукції, прогнозуванням попиту, сервісним обслуговуванням, оперативно-календарним плануванням, обробленням замовлень клієнтів, складськими і транспортними роботами.

Основними видами логістичної діяльності є: постачання та закупівлі; зовнішнє і внутрішнє транспортування; складування; управління запасами; комплектування замовлень; вантажопереробка; управління фізичним розподілом; зворотна дистрибуція; вибір місця розміщення логістичної системи тощо.

Логістична діяльність є досить важливою складовою на всіх ФК. Процес організації логістичної діяльності є складним та потребує чималих зусиль зі сторони керівництва. Саме організація логістичної діяльності повинна охоплювати всі гілки кожного ФК та мати тісний взаємозв'язок із ними. З кожним роком організація логістичної діяльності набуває нових обертів та в значному розумінні автоматизується. Стрімкий розвиток та запровадження інформаційно-комунікаційних технологій перетворює усі економічні процеси ФК у своєрідну ланку визначення та виконання завдань. Цифровізація зумовлює появу інших спеціалістів, таких, що можуть працювати у режимі смарт-завдань, цільових бізнес-схем тощо. Враховуючи цифрові трансформації 209 країн, починають з'являтися нові особливості розвитку логістики, зокрема більшість з них пов'язано із інтеграцією даних.

Так, перший напрям, який може значно удосконалити логістичну діяльність ФК є використання великих даних – Bigdata. Дослідження підтверджують, що 98% з РІ компаній і 93% вантажовідправників вважають, що прийняття рішень на основі управління великими даними є надзвичайно важливим для ланцюгів постачань. За даними звіту BigDataExecutive, впровадження нових рішень відбувається у 44%

випадків, витрати ФК скорочуються у середньому на 49%. Великі дані певним чином змінюють бізнес-моделі ФК, спрощуючи прогнозування попиту, оптимізуючи маршрути, надають можливість управляти ризиками та використовувати прогнозу аналітику. Проте, використання BigData є і великим викликом для логістичної індустрії, оскільки варто відмовлятися від традиційних підходів до ведення логістичних процесів у паперовому вигляді; відсутності співпраці; недостатньому рівні прозорості операцій тощо.

Другий напрям – хмарна логістика та логістичні платформи ланцюгів постачань. Натепер хмарна логістика набуває все більшої популярності. Більше половини постачальників логістичних послуг вже використовують хмарні сервіси. Все більше послуг логістики стає доступними невеликим ФК, яким не потрібно витрачатися на пошук ефективних комплексних ІТ-рішень. Тепер можна платити лише за конкретну послугу, яка буде надана у конкретний період часу. Такі сервіси як Shipwire і Freightly надають хмарні системи управління транспортом в режимі реального часу. Існує багато провайдерів аналітичних платформ ланцюгів постачань, що задовольняють потреби в аналітичних даних різних компаній.

До третього напрямку можна віднести Інтернет речей. За прогнозами аналітиків, цей тренд здатен принести більш ніж 1,9 трлн дол. у найближчі три роки. «Розумні» авто збирають дані переміщення і час простою для оптимального планування маршруту, тим самим знижують витрати на технічне обслуговування. Наприклад, компанія DHL має склади, підключені до IoT, завдяки чому вона отримує інформацію про статус вантажівок, маршрути та місцезнаходження, досягаючи таким чином прозорості складських процесів. Поряд із цим, IoT може також відстежувати температуру та вологість повітря, що для фармацевтичної продукції є вкрай важливим.

Висновки. Отже, слід зробити висновки, що удосконалення логістичної системи вкрай важливими є наявність та використання ФК сучасних інформаційних технологій та платформ, а також оптимальних моделей управління, що необхідні для оптимізації руху фармацевтичного ланцюга постачань. З появою нових платформ, систем, та інформаційних технологій стає можливим розроблення різних математичних методик спрощення логістичних завдань та їх практична реалізація.

Шуть О.Ю., Гонгало Ю.Й.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Актуальні питання розробки логістичної стратегії сучасної компанії

ksu.okey@gmail.com

Вступ. Актуальність проблеми формування стратегії компанії в будь-якій сфері господарської діяльності, посилюється у період активних змін та нестабільності економічної ситуації. Саме це можемо спостерігати сьогодні на національному ринку через пандемію COVID 19.

Особливе місце у структурі даних проблем займає обґрунтування та вибір ефективних стратегічних рішень за функціональними напрямками діяльності компанії.

Метою дослідження є обґрунтування доцільності впровадження стратегічної логістики в діяльність сучасної компанії.

Як показує практика вітчизняних та закордонних компаній, забезпечення зв'язку логістичної стратегії підприємства та його загальної ринкової стратегії досягається за рахунок активізації ролі логістики у підвищенні спроможності підприємства швидко реагувати на ринкові сигнали.

В сучасних умовах саме ефективне застосування логістичної концепції управління сприяє організації ефективної логістичної системи компанії з мінімальними витратами. Водночас, недоврахування важливості логістичної стратегії часто є однією з причин комерційних невдач.

Можна стверджувати, що використання логістики дозволяє компанії досягти максимально можливого успіху від своєї діяльності. Однак, навіть досягнувши поставлених цілей, будь-яка господарська одиниця через певний проміжок часу зрозуміє, що цього недостатньо для того, щоб зайняти стабільну конкурентоспроможну нішу на ринку.

Можливо, при відсутності інших компаній-конкурентів, було б достатньо ставити перед собою короткострокові цілі та задовольняти свої потреби лише з

допомогою їх досягнення. У наш час, коли на ринку існує величезна кількість компаній, що займаються найрізноманітнішою діяльністю в умовах карантинних обмежень, виживає лише найсильніший.

Усі завдання та плани, що їх ставить перед собою компанія, обов'язково повинні носити довгостроковий стратегічний характер. Тому, доцільним буде стверджувати, що для досягнення цілей діяльності необхідно використовувати не просто логістичний підхід, а використовувати основи стратегічної логістики.

Вирішенням цієї проблеми може стати розробка та реалізація ефективної логістичної стратегії, спрямованої на довгострокові перспективи розвитку компанії, забезпечення її комерційний інтересів, посилення конкурентоспроможності, максимальне використання ключових факторів успіху.

Логістична стратегія є різновидом функціональних стратегій, що їх використовує компанія для досягнення довгострокових цілей. Поряд з такими видами стратегій як виробнича, фінансова, маркетингова вона взаємопов'язана з корпоративною стратегією яка базується на довгострокових цілях компанії.

Формування логістичної стратегії є досить складним процесом, так як підприємству необхідно відповісти на низку питань, наприклад, яким чином можна досягти стратегічної інтеграції різноманітних елементів логістичного каналу, яких саме змін потребують операційні методи, що використовуються у діяльності підприємства для покращення результатів, тощо.

Логістична стратегія дозволяє сформувати логістичну систему всередині компанії, яка б координувала усі процеси та діяльність всередині неї. Іншими словами, стратегічні рішення в напрямку оптимізації логістики надають компаніям можливість розробки конструктивної програми майбутньої діяльності, направлені на покращення організації потокових процесів для досягнення довгострокових цілей.

Висновки. Отже, можна стверджувати, що грамотно розроблені логістичні стратегії та раціонально обрані логістичні технології здатні зв'язати воедино та поліпшити взаємодію між основними бізнес-процесами організації, забезпечити підтримку стратегій більш високого рівня та взаємозв'язок між закупівлями, виробництвом, маркетингом, фінансами та продажем.

Яковенко В.В., Гриценко С.І.

Національний авіаційний університет, м. Київ

Застосування маркетингово-логістичних підходів у медичній сфері

sergiy.gritsenko@gmail.com

Вступ. Маркетинг та логістика в медицині є важливою складовою формування стандарту якості життя. Використання маркетингово-логістичних підходів дозволить скоротити час обробки інформації, підвищить якісні критерії обслуговування пацієнта, зменшить витрати на утримання запасів, розв'язуватиме проблеми дефіциту ліків та заповненості палат, знизить собівартість медичних послуг, а також забезпечить безперебійне постачання лікарських засобів і медичного обладнання.

Метою дослідження є визначення ролі маркетингово-логістичних підходів у медичній сфері. **Матеріалам** застосування логістичних підходів у галузі медицини присвячені праці науковців [1-4]. **Методами дослідження** є методи системного та порівняльного аналізу.

Отримані результати. Актуальність застосування маркетингово-логістичних підходів у сфері охорони здоров'я обумовлена великою кількістю бар'єрів у ланцюгах постачання, які негативно впливають на роботу медичних установ.

Застосування підходів до медичної маркетингової логістики передбачає:

- створення структури охорони здоров'я, яка дійсно відповідає потребам населення, шляхом ефективного управління потоковими процесами у сфері охорони здоров'я;
- на основі раціонального фінансування галузі оптимізацію структури та обсягів медичної допомоги;
- широке практичне впровадження розподілу бюджетних ресурсів між медичними закладами відповідно до їхніх можливостей.

Маркетингова логістика є перспективною з таких причин:

1) маркетингово-логістичний підхід передбачає комплексне підвищення ефективності, тоді як нарощування зусиль лише на окремих процесах постачання ні до чого не приводить;

2) система логістики стає важливим знаряддям та основою для контролю раціональності розподілу ресурсів;

3) логістика допомагає не тільки розв'язувати окремі завдання, а й розробляти комплексну стратегію забезпечення медичною технікою та іншим майном;

4) підготовлена на основі логістики концепція постачання може бути піддана функціонально-вартісному аналізу для визначення шляхів мінімізації витрат.

Пріоритетом логістики у сфері медицині є оптимізація, що забезпечує більш ефективну роботу працівників медичних закладів, скорочення відходів у ланцюгах постачання, надання якісних послуг та своєчасного вирішення поставлених клієнтом завдань. З використанням логістичних підходів медичне майно поставляють у належний час, у певне місце та в потрібній кількості.

Одним з можливих застосувань логістики у сфері медицини є організація взаємодії клінік зі службою швидкої допомоги в режимі реального часу. Це дозволить оптимізувати потік пацієнтів до лікарень, усунути піки їхнього перенавантаження, заздалегідь підготувати персонал та обладнання до приймання важкохворих тощо. Маркетингово-логістичні принципи також можна застосувати до організаційної роботи реєстратури поліклінік (реєстрація і направлення пацієнтів до лікарів різного типу та кваліфікації). Організація такої роботи, оптимізація інформаційного потоку, контроль за створенням черг є найкращими видами розвитку для комплексного логістичного аналізу внутрішніх потоків економічних структур.

Протягом останніх кількох років Україна стала одним з ключових місць проведення клінічних досліджень міжнародними фармацевтичними компаніями. Як свідчить світова практика, особливості чинного українського законодавства, існуюча система проходження митних процедур, реєстрація лікарських засобів і

біоматеріалів, які ввозяться в Україну, обумовлюють високі вимоги до якості маркетингового та логістичного супроводу таких досліджень [4, с. 160].

Висновки. У цілому маркетингово-логістичні підходи, які застосовуються на всіх етапах виробничого процесу – від постачання до розподілу та збуту, допомагають досягти максимальної ефективності управління, високих результатів діяльності закладів охорони здоров'я. Також вони дають можливість вирішити завдання ефективної організації потоків пацієнтів, своєчасної ліквідації проблемних ділянок і учасників руху, розміщення обладнання, переміщення та розподілу матеріальних ресурсів, створення на маршрутах відповідної інфраструктури.

Список використаної літератури

1. Ціщик Р. В. Аналіз застосування інноваційних логістичних підходів до діяльності медичних установ. Приазовський економічний вісник. 2019. 4 (15). С. 169–171. URL: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-4-29>.

2. Каневський О. С., Кислий В. М., Ткачук І. С. Передумови застосування логістичних підходів у галузі медицини. Медицина транспорту України. 2005. №2. С. 26-28. URL: http://www.vitapol.com.ua/user_files/pdfs/mtu/871717178115306_11052010123349.pdf.

3. Проблематика логістики в медицині / З. В. Гбур та ін. Ukrainian Medical Journal. 2020. Т. 136, № 2. URL: <https://doi.org/10.32471/umj.1680-3051.136.175631>.

4. Гриценко С.І., Волосячик М.П. Використання інвестиційного маркетингу при формуванні диверсифікованих підприємств ланцюгів постачань в сфері клінічних досліджень в Україні. Вісник економічної науки України. 2020. № 1. С. 160-165. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.1\(38\).160-165](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.1(38).160-165).

Секція 4 Тенденції та перспективи удосконалення та розвитку управління якістю

*Альбінська О.В. *, Крутських Т.В. ***

**ТОВ «НПО БІОТЕХІНВЕСТ», м. Київ*

***Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

**Розробка технологічної інжинірингової документації для проєкту
реконструкції “Караванського заводу кормових дріжджів”**

tvkrut@ukr.net

Вступ. ТОВ «Караванський завод кормових дріжджів» – сучасне біотехнологічне підприємство, яке виготовляє натуральні кормові дріжджі для всіх видів та статевовікових груп сільськогосподарських тварин. Виробничі потужності розташовані в Харківській області в селищі Караван. Готовою продукцією підприємства є суха біомаса дріжджів, які використовуються в рецептурі комбікормів і білково-вітамінно-мінеральних добавок як джерело протеїну, вітамінів і мікроелементів. Штам-продуцент, який використовується у виробництві, представлений непатогенними дріжджами, відмінною ознакою яких є здатність до внутрішньоклітинного синтезу суми каротиноїдів.

ТОВ «Караванський завод кормових дріжджів» є підприємством з багаторічним досвідом роботи на ринку промислових біотехнологій, має команду професіоналів як в топ-менеджменті компанії, так і у виробничому блоці, пізнавана на ринку, що в сукупності є сильною стороною підприємства, визначає потенціал і напрямки розвитку.

З урахуванням орієнтації на принципи НАССР підприємство планує проведення модернізації виробничих потужностей, результатом якої буде організація цеху виділення каротиноїдів для ветеринарного застосування.

Мета. НПО БІОТЕХІНВЕСТ в рамках проєкту створення цеху виділення каротиноїдів надати Караванському заводу кормових дріжджів послуги технічного і технологічного аудиту виробничих потужностей підприємства з

подальшою розробкою технологічної інжинірингової документації у відповідність до вимог ДСТУ ISO 22000:2019.

Матеріали та методи. Для оцінки виробничих потужностей підприємства, визначення об'єму робіт та прийняття планувальних рішень здійснено виїзд на підприємство, проведено огляд існуючих будівель і споруд, що плануються для розміщення технологічної лінії виділення каротиноїдів. Проведено аналіз патентної бази технологій-аналогів. Проведено аналіз існуючої технологічної практики виробництв-аналогів. Проведено аналіз потенційних небезпек та можливих дій з управління небезпеками.

Результати. За підсумками проведених заходів ТОВ «НВО Біотехінвест» була:

- розроблена інжинірингова і проєктна документація цеху виділення каротиноїдів;
- проведено аналіз небезпек і складено перелік потенційних небезпек;
- розроблений план управління небезпеками;
- визначені критичні контрольні точки;
- визначені критичні межі для кожної контрольної точки;
- визначено методи моніторингу кожної критичної контрольної точки і розроблені необхідні коригувальні дії в разі відсутності управління в кожній критичній контрольній точці;
- розроблено план процедури верифікації для підтвердження результативності роботи процесу виділення каротиноїдів в рамках системи НАССР.

Висновки. Реалізація наданих рекомендацій щодо запуску технологічної лінії виділення каротиноїдів, яка спроектована з урахуванням принципів НАССР, дозволить впровадити на підприємстві технологічний процес, що відповідає вимогам ДСТУ ISO 22000:2019, мати конкурентні переваги на ринку України й на ринках ближнього і далекого зарубіжжя, а також успішно реалізовувати політику перспективного розвитку підприємства.

Єлфімов В.Л. , Крутьських Т.В.***

**Науково-виробниче підприємство «НІР», м. Київ*

***Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

Визначення результативності системи управління якістю фармацевтичного підприємства

el_vitaliy@i.ua

Вступ. Системи управління якістю (СУЯ), побудовані відповідно до вимог стандарту ISO 9001, повинні систематично піддаватися контролю, для чого вимірюють чи розраховують їх дієвість (результативність), тобто спроможність досягати тих цілей, що перед ними ставляться. Результати визначення дієвості СУЯ потрібні для реалізації коригувальних дій та постійного вдосконалення системи управління, тому така інформація є входом у процес критичного аналізування СУЯ з боку керівництва. Без систематичної діагностики жодна система управління не може ефективно функціонувати та забезпечувати очікувані результати.

Мета нашого дослідження є аналіз підходів, що найчастіше застосовуються для експертної оцінки систем управління якістю, а також розробка ефективного методу визначення дієвості СУЯ для використання на базі досліджень (Науково-виробниче підприємство "НІР", м. Київ, Україна).

Матеріали та методи. У ході виконання дослідження ми використовували методи порівняльного аналізу та емпіричного дослідження. Інформаційною основою дослідження стали матеріали, опубліковані у відкритій науковій та фаховій літературі, а також нормативні вимоги стандартів і галузевих настанов.

Об'єктом дослідження стала система управління якістю виробничої фармацевтичної компанії. Предметом дослідження є метод експертної оцінки результативності СУЯ.

Результати. Зважаючи на те, що результативність більшості процесів СУЯ як організації сфери послуг, так і виробничого підприємства, характеризується показниками, що їх можна визначати лише експертним методом, для оцінки

дієвості функціонування всієї СУЯ також можливо використовувати виключно експертний метод оцінювання.

Відомо, що експертне оцінювання зазвичай передбачає наступні дії:

- визначення набору критеріїв (показників) для оцінки СУЯ;
- ранжування критеріїв (кожному критерію присвоюється своя «вага» у балах, а сума всіх балів визначає підсумковий бал);
- визначення вагових коефіцієнтів для балів за кожним критерієм (залежно від критичності об'єкта, що оцінюється);
- призначення експертів з оцінювання дієвості СУЯ (це можуть бути керівники структурних підрозділів або власники процесів).

Переваги експертної методики оцінювання СУЯ:

- можливість використання якісних та кількісних оцінок, формалізованих та неформалізованих процедур;
- простота розрахунків (методика не вимагає складних технологій, багато часу та залучення значної кількості працівників);
- здатність враховувати багато аспектів оцінюваного об'єкта, значну кількість варіантів розвитку подій;
- нема потреби у тривалій підготовці фахівців.

Фактично, будь-які інші діагностичні методи є недосконалими чи взагалі непридатними для оцінювання дієвості як СУЯ в цілому, так і окремих процесів.

На багатьох українських фармацевтичних підприємствах оцінка СУЯ базується лише на звіті. Такий звіт зазвичай готується Відділом управління якістю раз на квартал, півроку або, найчастіше, взагалі раз на рік.

Можна виявити значні недоліки поширених в нашій країні підходів:

- не застосовуються критерії кількісної оцінки, що унеможлиблює подальший об'єктивний порівняльний аналіз;
- не всі критерії результативності СУЯ чітко сформульовані та задокументовані;
- граничні значення показників результативності СУЯ не встановлені;

- висновки щодо результативності СУЯ не є підставами для вжиття коригувальних та/або запобіжних дій (Corrective Action and Preventive Action, CAPA) для постійного вдосконалення діяльності компанії тощо.

Наразі багато вітчизняних компаній стикнулися з необхідністю використання ефективних методів оцінювання дієвості своєї діяльності, що пов'язано як з нормативними вимогами, так і з причинами, що їх диктує конкурентний ринок. Однак ці роботи часто не системні, не задокументовані належним чином, не є результативними само по собі. Отже, ми вважаємо розробку відповідної методики актуальною й важливою для розвитку СУЯ вітчизняних підприємств фармацевтичної й інших сфер діяльності.

У таблиці 1 представлені критерії, розроблені нами для систематичного моніторингу СУЯ підприємства методом "бального оцінювання".

Таблиця 1

Критерії для оцінювання дієвості СУЯ

Критерії	Бал
1	2
Існує невідповідність, яка має значний вплив на безпеку продукції або невиконання законодавчих чи критичних нормативних вимог. Ризик є критичним.	0
Діяльність, яка охоплюється СУЯ і яка впливає на відповідність продукції та / або зобов'язання перед замовниками, не регулюється (не під контролем). Ризик можна оцінити як критично великий.	1
Під час виконання діяльності, що охоплюється СУЯ, допускають невідповідності встановленим вимогам, що збільшує ризики для якості продукції / виконання зобов'язань перед замовниками до неприйнятно високого рівня.	2
Виявлені відхилення / порушення, які можуть вплинути на відповідність продукції та / або виконання зобов'язань перед замовниками. Ризик оцінено як значний.	3
При здійсненні діяльності, яка може вплинути на відповідність продукції встановленим вимогам та / або виконання зобов'язань перед замовниками, не забезпечується досягнення поставлених цілей, або воно є несистемним, непостійним	4
Встановлені вимоги виконуються, але при їх додержанні забезпечується лише часткове досягнення поставлених цілей. Ризик для якості продукції та зобов'язань перед замовниками в цілому на прийнятному рівні.	5
Є факти, що демонструють виконання всіх основних вимог, забезпечення досягнення більшості поставлених цілей. Ризик для якості продукції та зобов'язань перед замовниками на прийнятному рівні, коригувальні дії не потрібні.	6

1	2
Існують достовірні докази постійного виконання вимог та збільшення деяких показників результативності. Ризик для якості продукції та зобов'язань перед замовниками знаходиться у прийнятному полі.	7
Постійно демонструється стабільне виконання всіх вимог та значне покращення результативності діяльності за звітний період. Поставлені цілі повністю досягнено або перевиконано. Ризик для якості продукції є прийнятним і зменшується.	8
Постійно демонструються стійкі позитивні показники та покращення продуктивності. Процеси СУЯ значно покращуються. Усі поставлені цілі досягнуто / перевиконано. Ризик для якості продукції прийнятний і значно знизився.	9
Постійно демонструється значне підвищення ефективності діяльності	10

За результатами огляду фахової літератури нами встановлено, що висновок про відповідність СУЯ вимогам ISO 9001/GMP та її результативність можна робити за умов, що загальна оцінка на етапі моніторингу окремих процесів (шляхом оцінювання з боку власника процесу та/або шляхом проведення внутрішнього аудиту), а також на етапі загального критичного аналізування СУЯ з боку вищого керівництва складають принаймні 6 балів з 10 (не менше 60 %).

Будь-яка рейтингова оцінка менше 6 балів вимагає фіксації відповідного факту з подальшим розслідуванням та виявленням причин недостатньої відповідності, а також розробкою та вжиттям коригувальних дій.

Висновки.

- Доведено важливість систематичного оцінювання дієвості СУЯ. Обґрунтовано актуальність застосування експертних технік при оцінюванні СУЯ. Розглянуто етапи експертного оцінювання.
- Проведено аналіз типових проблем, що виникають при експертному оцінюванні СУЯ вітчизняних підприємств.
- Запропоновано критерії й метод кількісного оцінювання СУЯ, що полягає у визначенні здатності СУЯ забезпечувати стабільне виконання всіх встановлених вимог до процесів, які впливають на якість продукції, а також здатності СУЯ досягати цілей у сфері якості. Оцінювання запропоновано проводити шляхом внутрішніх аудитів.

Загорська О.Ф.*, Крутських Т.В.**

** ТОВ «Фармекс Груп», м. Київ*

*** Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

Організація діяльності з кваліфікації чистих приміщень мікробіологічним методом

tvkrut@ukr.net

Вступ. В процесі виробництва лікарських засобів першочерговим етапом на початку, а також протягом всього виробничого процесу, є відповідність приміщення встановленому класу чистоти. Одним з основних показників, які встановлюють клас чистоти приміщення, є «Мікробіологічна чистота». Саме на етапі кваліфікації приміщення необхідно визначити точки відбору проби, а також їх нормування. Правильно організована робота з проведення кваліфікації приміщення дає можливість, в подальшому, виконавцю здійснювати відбір проб з отриманням достовірних результатів, тому що саме під час описаних робіт є можливість визначити критичні точки та метод відбору, а також розглянути можливість посилення контролю точок та нормувань, де є вірогідність найбільшої контамінації лікарського засобу.

Мета. Під час кваліфікації чистих приміщень важливим показником, що в подальшому буде впливати на якість виготовленої продукції, є показник «Мікробіологічна чистота». Відповідно, метою дослідження було обрано вивчення правильної організації робіт з кваліфікації, а саме підбір відповідного інвентарю, поживних середовищ, методу відбору, що відповідатимуть визначеним класам чистоти, а також правильний розподіл відбору досліджуваних точок.

Матеріали та методи. Для проведення випробувань було обрано цех ін'єкційних лікарських засобів стерильного виробництва. Вибір цього цеху був заснований на тому, що на його території розміщені усі класи чистоти - D, C, B та A. Методами відбору для показника «Мікробіологічна чистота» було обрано «Метод змиву» і «Метод контактних пластин».

Результати. За результатами проведених досліджень визначили, що для приміщень з класами чистоти B та A найбільш придатним є «Метод контактних пластин», а для класів чистоти C та D - «Метод змивів». Також для подальшого рутинного контролю з метою мінімізації втручання персоналу в процес було обрано мінімальну кількість точок.

Висновки. Під час організації кваліфікації чистих приміщень важливо здійснити правильний підбір методу та нормування, що забезпечить отримання достовірного результату, в тому числі інвентарю та поживних середовищ, які не будуть контамінувати виробниче середовище.

Ісаєнко Р.М. , Коваленко С.М.***

**Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками,
м. Київ*

***Національний фармацевтичний університет, м. Харків*

Розробка заходів щодо розвитку системи регулювання у сферах контролю якості та безпеки лікарських засобів в Україні

svetlana_kovalenko77@ukr.net

Вступ. Контроль якості, ефективності та безпеки лікарських засобів є одним із пріоритетних завдань в системі охорони здоров'я України в даний час. Для реалізації державної політики у сфері контролю якості та безпеки лікарських засобів створена Державна служба з лікарських засобів та контролю за наркотиками (Держлікслужба), основними напрямками діяльності якої є: контроль якості та безпеки лікарських засобів, медичної техніки і виробів медичного призначення; ліцензування господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, імпорту лікарських засобів, гуртової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами; обіг наркотичних засобів, психотропних речовин та протидії їх незаконному обігу.

Метою дослідження є обґрунтування заходів щодо розвитку системи регулювання у сферах контролю якості та безпеки лікарських засобів в Україні

Системи регулювання у сферах контролю якості та безпеки лікарських засобів потребує постійного розвитку та вдосконалення. Держлікслужбою України за 2020 рік було вжито низка заходів в цьому напрямку. Своєчасним та важливим нормативно-правовим актом, що був розроблений Держлікслужбою у період карантину, був наказ МОЗ України від 09.06.2020 № 1346 «Про внесення змін до Порядку проведення підтвердження відповідності умов виробництва лікарських засобів вимогам належної виробничої практики». Новою реакцією Порядку відповідно до документа ЄС ЕМА/572454/2014, передбачено проведення підтвердження відповідності умов виробництва ЛЗ вимогам GMP шляхом здійснення дистанційної оцінки на відповідність вимогам GMP та

видачу сертифіката на відповідність вимогам GMP за результатами дистанційної оцінки.

Протягом минулого року Наказами МОЗ України затверджено розроблені Держлікслужбою: Настанову СТ-Н МОЗУ 42-4.0:2020 «Лікарські засоби. Належна виробнича практика та Настанову СТ-Н МОЗУ 42-5.2:2020 «Лікарські засоби. Принципи належної практики дистрибуції діючих речовин для лікарських засобів для людини». Затвердження даних настанов: сприяє підвищенню ефективності заходів державного контролю; посилює недопущення виробництва і ввезення на територію України ЛЗ, що не пройшли перевірку на відповідність умов їх виробництва вимогам належної GMP; сприяє збільшенню експорту ЛЗ вітчизняного виробництва до країн ЄС; посилює гарантії щодо забезпечення пацієнтів якісними ЛЗ.

Також, введена вперше у 2020 році розроблена Держлікслужбою Настанова СТ-Н МОЗУ 42 - 4.9:2020 «Лікарські засоби. Належна виробнича практика. Спеціальні правила належної виробничої практики лікарських засобів передової терапії». На тлі боротьби з пандемією COVID-19 прийнята Настанова набуває особливої актуальності і має вкрай важливе значення для забезпечення громадян України антиковідними вакцинами.

Висновки. Отже, державний контроль в сфері обігу лікарських засобів є невід'ємною складовою частиною систем якості, що записано в стандартах всіх країн. Досить важливим в цих умовах є встановлення норм та правил взаємовідношень учасників сфери обігу лікарських засобів та структурами зовнішнього контролю систем якості.

Ковтун Є.Ю., Ткаченко О.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Актуальність методології Кайдзен для довгострокового розвитку підприємства

lizaveta199916@gmail.com

Вступ. Безперервна зміна макроекономічної обстановки, що характеризується нестабільністю зовнішнього середовища та високим рівнем конкуренції серед виробників, вимагає адекватної реакції від підприємств промисловості, зокрема, розробки і впровадження нових специфічних інструментів управління, а також розвитку вже наявних. У теорії і практиці розвивається концепція «кайдзен», що представляє собою сукупність методів та інструментів, застосування яких покликане підвищити продуктивність праці, перш за все, за рахунок скорочення часу виготовлення продукції. В сучасних умовах концепція «кайдзен» дозволяє з мінімальними інвестиційними витратами підвищити якість продукції та продуктивність праці, служить інструментом виходу підприємства з кризових ситуацій.

Мета. Метою дослідження стало проведення аналізу актуальності поняття «кайдзен».

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження стали публікації у періодичних наукових виданнях, матеріали баз даних. Під час дослідження використано методи контент-аналіз, системно-аналітичний, метод узагальнення.

Основний матеріал дослідження. Конкурентоспроможність підприємства забезпечується такими показниками, як висока виробнича ефективність, яка реалізується завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованими працівниками та здатністю утримувати стійкі позиції на ринку, що забезпечується завдяки ефективному використанню принципів маркетингового управління. Для розвитку підприємства доцільним є виокремлення напрямів, за якими будуть здійснюватись заходи із підвищення його конкурентоспроможності. Досить великий відсоток експертів з розвитку

бізнесу вважають, що успіх підприємств та виробництв залежить від якості продукції, що випускається. Таким чином гостро стоїть питання менеджменту якості. Одним із перспективних принципів організації роботи підприємства з акцентом на удосконалення та підтримання якості є концепція «кайдзен».

«Кайдзен» можна розглядати як процес і стратегію, мета якої – безперервна і тривала досконалість, яка, однак, не вимагає великих інвестицій і фундаментальних змін.

«Кайдзен» не дає швидких результатів, ця концепція розрахована на результат, який можливо буде оцінити через деякий час. Це не просто правила, які допомагають збільшити продажі, а повноцінний підхід, який охоплює співробітників всіх рівнів в компанії. Абсолютно будь-який співробітник, який працює в компанії, буде замотивований виконати свою роботу добре, але також буде зацікавлений в пошуку прогалин в робочому процесі, які вимагають покращень, буде прагнути запропонувати, створити і реалізувати ці поліпшення.

На перший план висуваються такі пріоритети, як ведення соціально-відповідального бізнесу, фокус на клієнтах та орієнтація на їх потреби – це найважливіша складова концепції «кайдзен». Управління проектами ведеться міжфункціональними командами, завдяки цьому принципу підвищується ефективність та мотивація співробітників. Кожна команда контролюється окремо, аналіз результатів проводиться кожного дня і кожен учасник команди має власний план на робочий день, тиждень та місяць, який він повинен виконати. Кожен співробітник має змогу відкрито говорити про те, що його не влаштовує та пропонувати щось краще для роботи компанії.

В організації має розвиватись висока корпоративна культура, встановлення довгострокові і взаємовигідні відносини з постачальниками та учасниками колективу, розробка особливого підходу до клієнтів. Більш того, виграє та компанія, яка в основу своєї стратегії ставить досягнення високої якості продукції або послуг, що надаються при одночасному скороченні витрат і встановлення досить низьких цін. Концепція кайдзен як раз і спрямована на виховання у менеджерів і співробітників процесного способу мислення,

прагнення до постійного і безперервного вдосконалення себе, своїх методів виконання роботи, командної взаємодії на шляху до вдосконалення продукції та компанії. Головною метою концепції є підвищення цінності для споживача кінцевого продукту та усунення великої частини втрат.

Висновок. Теорія «кайдзен» широко використовується на відомих підприємствах світу, що дає свої результати. Принцип постійного покращення містить у собі особливі риси управління підприємством та формування якості продукції та послуг, що не характерні вітчизняним стандартним підприємствам. Таким чином на підставі досвіду світових лідерів можна стверджувати, що запровадження на вітчизняних підприємствах концепції «кайдзен» буде сприяти підтриманню підприємств на плаву, постійному їхньому розвитку, забезпечення високої конкурентній спроможності і в майбутньому вихід на світовий ринок.

Лазурко В. І., Коваленко С. М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Основні аспекти проведення оцінки компетентності аудиторів

svetlana_kovalenko77@ukr.net

Вступ. Аудит системи управління якості – це інструмент, призначений для всеосяжної оцінки ефективності всієї системи менеджменту. При цьому аудит здійснюється, перш за все, в ході систематичного і незалежного дослідження на основі наявних документів, роботи та знань персоналу.

Аудитор повинен знати і застосовувати принципи, процедури і методи аудиту. Для перевірки системи менеджменту внутрішній аудитор повинен добре знати і розуміти: вимоги відповідного стандарту (ISO 9001, ISO 14001, ISO 50001 тощо); загальносистемне керівництво; загальносистемні процедури; процедури по програмі аудиту; розмір, структуру, функції і взаємовідносини в організації; загальні бізнес-процеси і віднесену до них термінологію; діючі закони, правила.

Метою дослідження є визначення методичних підходів до проведення оцінки компетентності аудиторів.

Забезпечення компетентності аудитора є лише першим кроком, який сприяє надійності процесу аудиту. Другим є правильне формування групи аудиторів для певного виду аудиту. І, нарешті, аудитор має підтримувати і підвищувати свою компетентність шляхом професійного розвитку і участі в аудитах.

Аудитор повинен бути здатний: ефективно планувати і організовувати роботу; своєчасно проводити аудит; збирати інформацію шляхом інтерв'ю, слухань, спостережень; розглядати документи, в тому числі звіти; перевіряти точність зібраної інформації; підтверджувати достатність звіту з аудиту, його результатів і висновків; оцінювати ризики аудиту; робити записи дій аудиту в робочих документах; чітко, зрозуміло і лаконічно оформляти звіт з аудиту; дотримуватися конфіденційності отриманої інформації; ефективно спілкуватися особисто або через компетентного перекладача.

Володіння цими знаннями дає змогу аудиторів вибирати і використовувати ті процедури, механізми і методи, які відповідають особливостям аудиту та гарантують якісне його проведення. Компетентність аудитора має включати: термінологію з якості; принципи управління якістю; механізми забезпечення якості, процесів виготовлення виробів і надання послуг; критичних характеристик процесів, виробів і послуг. Також компетентність аудитора має охоплювати: функції і взаємозв'язок окремих структур організацій; процеси в організації; культурні та соціальні аспекти в організації; мову діловодства в організації.

Знання цих питань надає можливість аудиторів проаналізувати процеси, послуги та їхні критичні характеристики.

Компетентність і професійні якості аудиторів та керівників груп аудиторів визначаються згідно з критеріями оцінювання, які розробляються для кожної з можливих ситуацій. Процес оцінювання може бути первинним і, подальшим, періодичним. Оцінювання має бути заплановано, здійснено і зареєстровано для того, щоб забезпечити об'єктивність, справедливість і надійність результатів оцінювання.

Висновки. Отже, для гарантування якісного проведення аудиту СУЯ необхідно, щоб аудитор був компетентним, тобто володів знаннями та вміннями, необхідними для проведення аудиту.

Лебедь С. О., Немченко А. С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Необхідність активної участі Держлікслужби в роботі ICMRA як важливий елемент боротьби з поширенням фальсифікованих лікарських засобів

economica@ukr.net

Вступ. Боротьба з поширенням фальсифікованих лікарських засобів (ФЛЗ) буде ефективною тільки тоді, коли державою будуть максимально задіяні усі механізми та ресурси, що пропонуються науковцями, експертами та фахівцями. Аналіз останніх наукових публікацій на цю тему дозволяє нам систематизувати ці пропозиції, та виділити основні (рис 1):

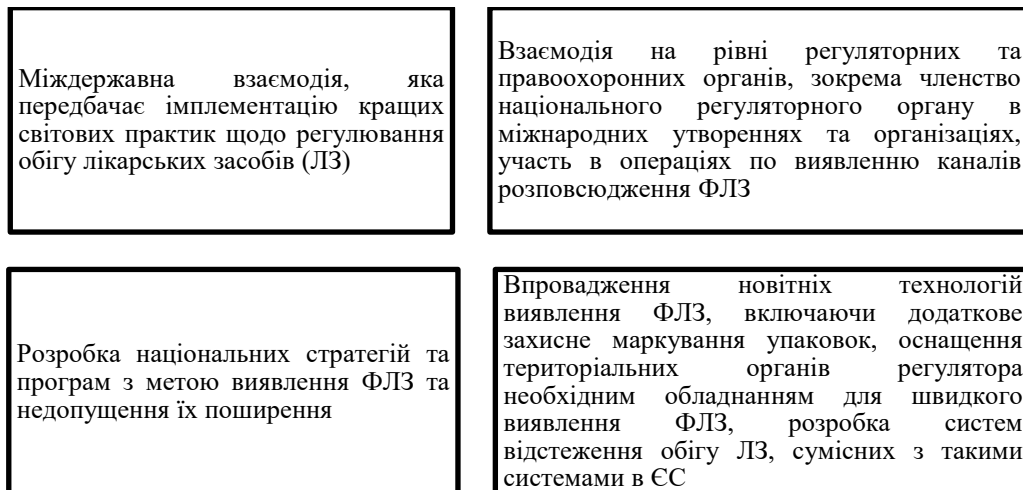


Рис. 1 Основні пропозиції щодо боротьби із поширенням ФЛЗ (за результатами наукових публікацій)

І якщо Україна протягом останнього десятиліття значно просунулася в питанні імплементації норм Європейського Союзу (ЄС) з питань фармацевтичної діяльності та обігу лікарських засобів (запроваджено обов'язковість дотримання стандартів GxP, які імplementовано в Ліцензійні умови, розроблено проєкт ЗУ «Про лікарські засоби», який гармонізовано з вимогами законодавства ЄС, ратифіковано конвенцію Medicrime, на виконання якої значно посилено кримінальну відповідальність за фальсифікацію ЛЗ, тощо), то реалізація трьох інших рекомендацій (посилення взаємодії на рівні регуляторних та правоохоронних органів, розробка національних стратегій та

програм, впровадження новітніх технологій виявлення ФЛЗ) бажає кращого. Зокрема Україна практично не бере участі в операціях Interpol по виявленню незаконних веб-ресурсів, каналів розповсюдження та реалізації ЛЗ в рамках операцій Rängea та інших (принаймні, інформації про результати цих операцій на території України у вільному доступі немає взагалі). Також не реалізований план, що розроблявся на виконання Концепції реалізації державної політики щодо запобігання фальсифікації ЛЗ, затверджений постановою КМУ від 03.04.2019 року №301-р., а програми чи стратегії боротьби з недопущенням поширення фальсифікованих ЛЗ взагалі не розроблено.

Мета дослідження – аналіз діяльності організації ICMRA - Міжнародної коаліції регуляторних органів з лікарських засобів (The International Coalition of Medicines Regulatory Authority) за **матеріалами** офіційного сайту, та встановлення доцільності долучення Держлікслужби, як Національного регуляторного органу з питань обігу ЛЗ, до діяльності цієї структури.

Отримані результати. У травні 2012 р. у Женеві, понад 30 органів контролю за ЛЗ взяли участь у семінарі, який мав на меті стимулювати дебати про те, як покращити співпрацю між регулюючими органами з питань ЛЗ з метою зміцнення якості, безпеки та ефективності ЛЗ у всьому світі. Пізніше, у грудні 2012 року, і було утворено ICMRA, перед якою було поставлено ряд завдань, зокрема запобігання прогалинам у глобальному регуляторному нагляді, які надають можливості для фальсифікації ЛЗ.

Станом на 2021 рік членами ICMRA є регуляторні органи 21 країни та Європейського Союзу: Австралія (TGA), Бразилія (ANVISA), Канада (HPFB-NC), Китай (NMPA), Європейський Союз (DG SANTE, EMA), Франція (ANSM), Німеччина (PEI), Мексика (COFEPRIS), Індія (MoHFW), Ірландія (HPRA), Італія (AIFA), Японія (MHLW, PMDA), Республіка Корея (MFDS), Нідерланди (CBG-MEB), Нова Зеландія (Medsafe), Нігерія (NAFDAC), Сінгапур (HSA), Південно - Африканська Республіка (SАНPRA), Швеція (MPA), Швейцарія (Swissmedic), Великобританія (MHRA) та США (FDA).

Асоційованими членами є регуляторні органи Аргентини, Австрії, Колумбії, Куби, Данії, Ізраїлю, Польщі, Португалії, Росії, Іспанії та Саудівської Аравії. Спостерігачем в організації виступає ВООЗ. В рамках діяльності організації проведено зустрічі у Кіото, Базелі, Сан-Дієго, та саміти у Вашингтоні і Римі.

Серед стратегічних ініціатив ICMRA слід виділити вирішення проблем антимікробної стійкості (АМР), створення системи управління знаннями про якість ЛЗ (PQKMS), покращення довіри до вакцинації та особливо покращення сумісності систем відстеження обігу ЛЗ (track and trace) на глобальному рівні.

Саме в рамках останньої ініціативи, у серпні 2021 року ICMRA було оприлюднено рекомендації для полегшення використання систем відстеження та контролю регуляторними органами держав-членів. Системи контролю вважаються корисним інструментом для зниження ризику браку і боротьби з виробництвом та розповсюдженням фальсифікованих ЛЗ. Вони забезпечують простежуваність ланцюжка поставок ліків в будь-який момент часу. Однак до цих пір системи розробляли і впроваджували з акцентом на місцевий або регіональний рівні, без урахування можливості обмінюватися інформацією з іншими системами. Особлива увага в керівництві приділена однаковості подачі інформації про продукти на упаковках. Відзначено, зокрема, що ідентифікатори (коди) продуктів повинні бути переважно цифровими.

Європейське агентство з лікарських засобів (European Medicines Agency, ЕМА) вже схвалило дані рекомендації.

Висновки. Участь України в роботі ICMRA спочатку як спостерігача, пізніше асоційованого члена дозволила б долучатися до розробки сумісних програм відстеження обігу ЛЗ, а також приймати участь в реалізації усіх ініціатив організації. Кінцевою метою повинне бути набуття членства Держлікслужби в ICMRA – сім'ї ведучих світових регуляторних органів з питань обігу ЛЗ, адже членство Держлікслужби в ICMRA забезпечить повноцінну участь українських фахівців у роботі ICMRA та буде направлено на подальше вдосконалення діяльності в сфері забезпечення громадян України якісними, ефективними та безпечними ЛЗ, а також дасть можливість оперативно знаходити шляхи вирішення наявних питань двостороннього співробітництва на рівні керівників регуляторних відомств в рамках Саміту глав регуляторних агентств з ЛЗ.

Майборода О.С., Крутських Т.В.***

**ТОВ «Окс Україна»*

***Національний фармацевтичний університет*

Підготовка та сертифікація виробництва за системою НАССР на прикладі фармацевтичного виробництва

tvkrut@ukr.net

Вступ. На сьогодні оцінювання відповідності є одним із важливих механізмів управління якістю та безпечністю товарів. Використання системи НАССР дозволяє ефективно виявляти і проводити аналіз ризиків на всіх етапах фармацевтичного виробництва та здійснювати управління критичними контрольними точками з оцінкою результатів цього управління. Для розробки структури та регламентування виробництва, що буде відповідати принципам НАССР, необхідно вивчити специфіку виробництва та специфіку кінцевого продукту. На основі цих даних можна провести оцінку відповідності існуючої структури роботи на підприємстві до загальноприйнятих параметрів безпеки та якості. Виходячи з цих даних можна внести зміни до управління виробництвом за необхідності та таким чином підвищити якість продукції, її безпечність та розширити кількість замовників.

Мета. Стрімкий розвиток підприємства та зріст обсягів виробництва відкрили можливості для співпраці з новими замовниками. Специфіка продукту (антисептики та дезінфікуючі розчини) дозволяє мати торгові відносини з готельно-ресторанним бізнесом. В умовах контракту з такими замовниками важливим пунктом є сертифікація за системою НАССР. Тому метою дослідження було обрано вивчення специфіки та підготовки підприємства «Окс Україна» на відповідність усім принципам НАССР.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є фармацевтичне виробництво ТОВ «Окс Україна». На підставі документів та інструкцій виявили існуючу систему, що відповідає за ідентифікацію, оцінку та керування небезпечних факторів, що суттєво впливають на якість та безпечність продукції.

Було проведено корегування існуючої системи та вдосконалення для більш точного моніторингу якості та безпеки та відповідності усім вимогам НАССР.

Результати. Для сертифікації підприємства був проведений аналіз небезпечних чинників, були визначені критичні контрольні точки та їх критичні межі, була розроблена система моніторингу, визначили коригувальні дії, розроблена система верифікації та документації, що описує всі процедури та записи, які відповідають принципам НАССР та їх застосуванню.

Висновки. На підприємстві створені усі умови, що відповідають вимогам для успішного проходження сертифікації. На підставі проведеної роботи та зібраних документів підприємство має можливість отримати сертифікати на відповідність вимогам НАССР для роботи з закладами готельно-ресторанного напрямку.

Недашківська В.В. *, Гордієнко О.І. **, Коваленко С.М. ***

* ДУ «Інститут фармакології та токсикології НАМН України», Київ

** «Державний науково-контрольний інститут біотехнології і штамів мікроорганізмів (ДНКІБШМ)», Київ

*** Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Проблеми стандартизації мікробіологічних досліджень

nedasvera@gmail.com

Вступ. Мікробіологія є складною наукою для стандартизації через мінливість результатів досліджень. Цей аспект даних є як результатом самої науки, так і способом виконання роботи, що може бути викликано методами досліджень мікроорганізмів. При впровадженні у клінічну практику нових антибактеріальних препаратів (АБП) і появи нових механізмів антибіотикорезистентності мікроорганізмів виникла проблема стандартизації процедури тестування, підходів інтерпретації результатів досліджень, що описані у Наказі № 167 від 05.04.2007. Достовірність результатів дослідження чутливості мікроорганізмів до АБП залежить від середовища культивування, відповідності реальної активності антибіотиків, паспортній характеристиці (активності), дотримання стандартності виконання всіх лабораторних процедур.

Метою дослідження є визначення напрямів стандартизації мікробіологічних досліджень.

На результати дослідження при роботі з мікроорганізмами впливає розмір вибірки отриманих результатів досліджень пов'язаних з кількістю їх повторів та відтворюваністю отриманих даних. Метою даної роботи є подальша стандартизація методів контролю якості клінічних штамів у порівнянні з референтними. При роботі з мікроорганізмами потрібно враховувати залежність їх росту від умов культивування (поживних середовищ, температури та рН середовища). Також за результатами останніх досліджень встановлено, що при дії різних стрес-факторів ряд мікроорганізмів здатні переходити у життєздатний некультурабельний стан. При встановленні оптимальних умов для росту і

розвитку вони повертаються в культурабельний стан, відновлюючи свої патогенні властивості. Наявність культури в у такому стані збільшує ймовірність отримати помилково-негативні результати лабораторних досліджень стандартними методами. Визначення чутливості клінічних ізолятів до АБП слід проводити паралельно з набором контрольних штамів (референтних). Результати визначення чутливості (МІК або діаметрів зон пригнічення росту) контрольних штамів мікроорганізмів співставляють з відповідними показниками їх паспортної характеристики. При встановленні цих відповідностей вважають, що умови постановки експерименту відповідають стандартним, а результати отримані в цих умовах – достовірними, що в свою чергу підвищує якість досліджень. Проте, при отриманні достатньо стабільних результатів контролю якості протягом хоча б одного місяця, частота контрольних досліджень може бути скорочена до 1-2 разів на тиждень. Загальним шляхом і способом гарантії якості проведення мікробіологічних досліджень є розробка і виконання стандартних операційних процедур (СОП), що визначають обов'язки та підтримку в робочому стані записів, визначення специфічних методів і процедур, які будуть використовуватись у виконанні дій пов'язаних з дослідженням.

Висновки. Таким чином контроль якості клінічних штамів буде покращено завдяки розробці поетапних СОПів та порівнянню властивостей клінічних штамів з референтними.

Несененко О.О.

ТОВ «МНВО «БЮКОН», м. Харків

Актуальність впровадження системи менеджменту якості у косметичних компаніях

enesenenko@gmail.com

Вступ. Впровадження систем менеджменту якості (СМЯ) – це одне з найважливіших питань, які стосуються розвитку будь-якої організації. З метою забезпечення високої якості продукції вище керівництво косметичної компанії ТОВ «МНВО «БЮКОН» прийняло рішення впровадити систему менеджменту якості на відповідність вимогам ДСТУ ISO 9001:2015.

Метою дослідження є обґрунтування доцільності впровадження системи менеджменту якості у косметичних компаніях.

Впровадження СМЯ – це комплекс робіт, який включає різні аспекти діяльності організації та її підсистем – підсистеми стратегічного управління, виробничої підсистеми, підсистеми логістики, управління персоналом, внутрішніх комунікації, документообігу та ін. У зв'язку з цим, впровадження системи якості є досить важким, тривалим і трудомістким завданням. Рішення цієї задачі, як правило, відбувається у декілька етапів. Основні етапи впровадження СМЯ: перший етап – аналіз існуючої в організації ситуації та навчання персоналу; другий етап – розробка документації та зміна роботи співробітників; третій етап – проведення внутрішнього аудиту системи якості.

Одним з основних напрямів створення ефективної системи управління є використання процесного підходу до організації і управління діяльністю підприємства. Відповідно методології, передбаченій ISO серії 9000, процес - це діяльність, направлена на досягнення встановленої мети, яка має кількісний вираз - результат. Для ефективного функціонування організація повинна визначити численні взаємозв'язані і взаємодіючі процеси і управляти ними. Наявність в організації системи процесів є головною умовою ефективного впровадження процесного підходу. Система процесів організації може бути

використана в наступних цілях: організації управління організації на принципах процесного підходу; здійснення змін в організаційній структурі; поетапній регламентації процесів; розробки системи показників для управління процесами; проведення аналізу в порівнянні з конкурентами; використання кращих галузевих практик. Тому для реалізації процесного підходу організаційна система повинна переорієнтовуватися з функціонального управління на управління результатами, сукупність яких повинна забезпечити підвищення ефективності системи і конкурентоспроможності підприємства. Процесний підхід до управління полягає в чіткому розподілі відповідальності, взаємодії, ресурсів, інформації для ухвалення управлінських рішень і звітності.

Висновки. Отже, при впровадженні дієвої СМЯ на відповідність вимогам ДСТУ ISO 9001:2015, косметична компанія отримує наступні переваги як:

- новий ринок збуту продукції, в тому числі іноземний;
- підвищення лояльності споживачів;
- високий статус серед споживачів, партнерів і конкурентів;
- оптимізація виробництва;
- виявлення слабких місць в процесах виробництва;
- підвищити рентабельність підприємства шляхом зниження виробничих витрат.

Солом'яна Н.С., Коваленко С. М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Вдосконалення процесів обслуговування споживачів аптечних закладів

svetlana_kovalenko77@ukr.net

Вступ. Глобальні зміни, що відбувалися за останні десятиліття на фармацевтичному ринку України, які супроводжувалися роздержавленням власності, ростом числа суб'єктів фармацевтичного ринку (особливо в оптовій і дрібнороздрібної мережі), лібералізацією цін, збільшенням асортиментів реалізованих фармацевтичними підприємствами товарів і послуг, привели до необхідності придбання нових знань в області виживання в умовах конкуренції.

Метою дослідження є визначення напрямів вдосконалення процесів обслуговування споживачів аптечних закладів.

Збільшення числа аптечних установ з'явилося однією із причин загострення конкуренції на фармацевтичному ринку. Крім того, асортимент товарів значно розширився. З'явилися нетрадиційні групи товарів, які реалізуються через аптеку (БАД, гомеопатія, косметична продукція, валео - фармакологічні препарати), а також стала більш різноманітною традиційна для аптек товарна група – лікарські засоби. Асортимент лікарських препаратів зріс майже в 3 рази, причому багато в чому за рахунок введення в асортиментний перелік препаратів-синонімів різних фірм-виробників.

У цей час провідною в керуванні підприємством повинна стати стратегія конкурентної раціональності, що представляє собою цілеспрямовані дії по пошуку стійкої переваги перед конкурентами шляхом задоволення потреб споживачів. Саме цю стратегію вважають сучасною концепцією маркетингу. Більшість ринків сьогодні – високонкурентне, значить, альтернативи у покупця є завжди. У таких умовах забезпечення високої якості обслуговування стає не просто додатковою конкурентною перевагою, але і умовою виживання на ринку. Якісне обслуговування стає і нормою для споживача, а значить його чеканням відносно бренду вибраної компанії.

Споживач є кінцевим арбітром якості товару або послуги. При концентрації уваги на споживачах досягається глибоке розуміння потреб та вимог споживачів (як поточних, так і потенційних), а також того, які саме споживацькі цінності треба пропонувати. Орієнтація на споживача дає можливість добиватися переваги в жорсткій конкурентній боротьбі. Організації залежать від своїх споживачів і тому повинні розуміти дійсні та передбачати майбутні потреби споживача, виконувати його вимоги і прагнути перевершити його очікування. Обслуговування клієнтів в наші дні частенько стає визначальним чинником можливості і бажання подальшої взаємодії клієнта з компанією. При цьому обслуговування грає важливу роль не лише сфері послуг, але і в торгівлі. Всім нам знайома ситуація, коли від байдужого відношення обслуговуючого персоналу і керівництва компанії до споживача, пропадає всяке бажання співробітничати надалі з даним брендом, тим більше за наявності альтернатив.

Висновки. Таким чином, взагалі, дуже важко задовольняти потреби споживачів, якщо фірма організована таким чином, щоб догоджати своїм керівникам. У компаній, орієнтованих на споживача, немає іншого вибору, ніж дивитися на себе очима клієнта, і реорганізуватися так, щоб удосконалювати процеси, необхідні для задоволення запитів споживачів.

Цуприк О.С. , Коваленко С. М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Налагодження взаємодії з постачальниками як фактор удосконалення діяльності організацій

svetlana_kovalenko77@ukr.net

Вступ. Побудова взаємовигідних стосунків з постачальниками являється одним із важливих принципів управління якістю. Кожному підприємству важливо створити такі відносини з своїми постачальниками, які забезпечували б безперебійність, стабільність своїх процесів і впевненість в якості входу для всіх інших внутрішніх процесів.

Така стратегія вигідна для обох сторін, так як постачальник орієнтований на організацію як на свого безпосереднього споживача. Більш того постачальник може бути задіяний в задоволенні потреб кінцевого споживача продукції, в створенні якої він бере безпосередню участь. Завдяки побудови такого стратегічного партнерства з постачальниками організація збільшує свою перевагу в конкуренції. Чим довший і надійніший ланцюжок поставок, тим надійніший і ефективніший бізнес.

Метою дослідження є визначення напрямів налагодження взаємодії з постачальниками як фактор удосконалення діяльності організацій.

Потрібно розуміти, що організація і її постачальники – це ні в якому разі не вороги, і не потрібно душити один одного на переговорах за допомогою жорсткого торгу. Треба пам'ятати що у нас є як мінімум один спільний інтерес: кінцевий споживач нашої продукції. І саме його інтереси повинні бути першочерговими в розвитку наших стосунків.

Сучасний бізнес стає успішним тільки тоді, коли він представляє собою процес, а не набір розрізнених об'єктів з індивідуальними інтересами. Якщо ми в чомусь ущемляємо своїх партнерів, то намагаємось заробити на тому ж ланцюгу, що нас годує. І якщо говорити про перспективи, такі відносини довго не живуть. В сучасних умовах усі підприємства, як відкриті системи,

залежать від сторонніх організацій, передусім від постачальників. Жоден успішний процес покращення діяльності не здійснюється без сприяння останніх. Для організації залучення великої кількості постачальників може призвести до різкої зміни якості продукції в сторону її зменшення, оскільки дуже складно простежити за кожним постачальником окремо. Тому тенденція зменшення кількості постачальників виправдовує себе. Стає можливим вибір постачальника з використанням необхідних замовникові критеріїв, перевірка діяльності постачальника, укладання довгострокових угод на спільну розробку і виробництво нових видів продукції. Замовник може прослідкувати за виробництвом постачальника і навпаки. Взаємовигідні відносини з постачальниками дозволяють не тільки контролювати останніх, а і преміювати їх за бездоганну роботу та якість продукції, що постачається. Крім цього, побудова партнерських відносин з постачальниками є економічно вигідним рішенням. Для цього розглянемо просте, але загально визнане правило десятикратного росту затрат. Правило показує, що при розгляді загальної системи затрат, економія затрат тим більша, чим раніше встановлюється, усувається або взагалі зникають дефекти в ході виконання робіт.

Висновки. Таким чином, правильний і ретельний вибір і оцінювання постачальника являється запорукою стратегічного партнерства та збільшує конкурентну перевагу підприємства.

Шпичак О.С., Андрюкова Л.М., Фетісова О.Г., Симоненко Н.А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Огляд змін щодо державної реєстрації лікарських засобів у нормативних документах в Україні

promek-ipksf@nuph.edu.ua

Вступ. Державна реєстрація готового лікарського засобу (ЛЗ) – це процедура, у разі відповідності усіх складових якої вимогам чинного законодавства надається дозвіл на обіг та медичне застосування ЛЗ в Україні та видається реєстраційне посвідчення. В Україні процес реєстрації ЛЗ регламентується наступними нормативно-правовими актами (НПА) та нормативними документами (НД):

– законом «Про лікарські засоби», в якому питанню державній реєстрації ЛЗ присвячена стаття 9 «Державна реєстрація лікарських засобів», а також ще дві статті, що з'явилися останнім часом, це стаття 9¹, що присвячена особливостям державної реєстрації ЛЗ, які можуть закуповуватися особою, уповноваженою на здійснення закупівель у сфері охорони здоров'я, та Стаття 9² «Особливості державної реєстрації вакцин або інших медичних імунобіологічних препаратів для специфічної профілактики коронавірусної хвороби (COVID-19) під зобов'язання для екстреного медичного застосування»;

– постановою Кабінету міністрів від 26 травня 2005 р. № 376 «Про затвердження Порядку державної реєстрації (перереєстрації) лікарських засобів і розмірів збору за їх державну реєстрацію (перереєстрацію)»;

– наказом МОЗ від 26.08.2005 № 426 «Про затвердження Порядку проведення експертизи реєстраційних матеріалів на лікарські засоби, що подаються на державну реєстрацію (перереєстрацію), а також експертизи матеріалів про внесення змін до реєстраційних матеріалів протягом дії реєстраційного посвідчення»,

– а також документом «СТ-Н МОЗУ 42-3.4:2020 Лікарські засоби.

Настанова з виробництва готових лікарських засобів», що розповсюджується на одну із складових реєстраційного досьє (РД), а саме надає пояснення стосовно інформації для опису виробничого процесу, що слід включати до модуля 3 реєстраційного досьє у форматі загально-технічного документу (СТД).

В усі документи постійно вносяться необхідні зміни, бо порядок і критерії державної реєстрації ЛЗ в Україні повинні бути гармонізовані з відповідними документами ЄС.

Серед НПА та НД, в які заплановані до внесення або внесені нещодавно зміни щодо питань реєстрації, слід зазначити проєкт нового закону «Про ЛЗ», який Комітетом з питань здоров'я нації, медичної допомоги та медичного страхування ВР України рекомендовано ВР України за результатами розгляду в першому читанні прийняти за основу (http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=72012), а також документ «СТ-Н МОЗУ 42-3.4:2020. ЛЗ. Настанова з виробництва готових ЛЗ», який введено на заміну настанови 2004 р. з аналогічною назвою (<https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1077282-20#Text>).

Мета дослідження. Оглянути напрямки змін щодо державної реєстрації у вищенаведених документах.

Матеріали та методи. Для проведення досліджень використаний класичний (традиційний) метод аналізу та узагальнення інформації.

Отримані результати. Перший документ, який розглядався стосовно змін щодо питання державної реєстрації, це проєкт закону «Про лікарські засоби». В цьому документі, на відміну від чинної редакції, зміни, по-перше, торкнулися структури та нумерації розділу. Так, питанню державної реєстрації присвячений окремий розділ III «Допуск на ринок», який містить 3 глави та 30 статей. Перша глава «Державна реєстрація лікарських засобів» містить 8 статей і починається зі статті 13 «Загальні положення щодо державної реєстрації лікарських засобів в Україні». Глава II містить 4 статті та присвячена спеціальним питанням щодо реєстрації окремих ЛЗ. У главу III «Прийняття рішення про державну реєстрацію лікарського засобу» включено 16 статей, що висвітлюють широке коло питань, серед яких строки проведення реєстрації, експертиза поданих матеріалів реєстраційного досьє, державний нагляд за достовірністю відомостей у матеріалах реєстраційного досьє, оприлюднення інформації про державну

реєстрацію лікарських засобів, вимоги до системи управління ризиками та обов'язки власника реєстрації, які він зобов'язаний виконувати протягом терміну дії державної реєстрації ЛЗ та ін. Конкретні зміни щодо окремих положень державної реєстрації ЛЗ, надані в проєкті закону, в рамках даної роботи не розглянуто, бо проєкт пройшов тільки перше читання.

Наступний документ - це настанова щодо виробництва ЛЗ. Оскільки в ЄС відповідний документ було актуалізовано з метою відображення вимог, що викладені в чинному законодавстві ЄС, в Україні аналогічний документ був гармонізований з документом ЄС та введений на заміну настанови 42-3.4:2004. Спрямованість документу не змінилась – це пояснення щодо надання інформації для опису виробничого процесу до модуля 3 РД в форматі STD, а також питання стосовно початку терміну зберігання готових ЛЗ, що викладено в додатку Б замість додатку А попередньої версії. Залишились традиційні структурні елементи документу. Проте розділ «Терміни» зазнав суттєвих змін щодо наданих понять. У порівнянні з настановою 2004 р. змінена наповненість чинного документа: досягнення науково-технічного прогресу, що втілені в сучасному виробництві ЛЗ, знайшли відображення в положеннях настанови 2020 р., які узгоджені з положеннями відповідних гармонізованих нормативних документів України. Інформація щодо виробництва поряд з іншим має містити відомості про критичні стадії процесу та проміжну продукцію, має простежуватись зв'язок між фармацевтичною розробкою, валідацією процесу та запропонованою стратегією контролю. У настанові прийнято до уваги зміст та принципи, що викладені у настанові СТ-Н МОЗУ 42-3.0:2011. Фармацевтична розробка (ICH Q8). Вимоги до процесу стерилізації, що були наведені в попередній редакції, в чинному документі відсутні. Це пояснюється наявністю відповідної інформації в окремій настанові. Також розглядаються аспекти, пов'язані з аутсорсинговою діяльністю. В документі збільшилась кількість додатків.

Висновки. Зміни в НД щодо питання державної реєстрації, що відповідають сучасним рівню знань, стану фармацевтичної галузі та законодавчої сфери, спрямовані на забезпечення якості, безпеки та ефективності ЛЗ.

**Секція 5 Актуальні проблеми та перспективи розвитку
фармакоекономічних досліджень**

Гриньків Я.О.

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

Вартість фармакотерапії мігренозного головного болю препаратами ризатриптану

yaruna_hrynkiv@ukr.net

Вступ. Купірування мігренозного головного болю повинно бути вчасним, ефективним, безпечним та довготривалим. Оскільки фінансовий тягар лікування головного болю повністю лежить на плечах пацієнта, то важливим фактором є ціна на лікарські засоби (ЛЗ), які для цього застосовуються. Специфічними препаратами для лікування мігрени є триптани (zareєстровані в Україні: суматриптан, ризатриптан, золмітриптан, фроватриптан та елетриптан). Серед триптанів високий профіль безпеки та ефективності характерні ризатриптану (N02CC04). Купірування болю вказаним засобом відбувається завдяки вазоконстрикції екстрацеребральних інтракраніальних судин.

Мета дослідження. Встановити вартість лікування 1 мігренозного нападу zareєстрованими в Україні ЛЗ ризатриптану з урахуванням торгової назви (ТН) та дозування.

Матеріали та методи. Для опрацювання використовували інформацію про ціни на ЛЗ ризатриптан під різними ТН у запропонованих ресурсом «tabletki.ua» аптечних закладах міста Львова та інформацію про zareєстровані ЛЗ ризатриптану на сайті Державного реєстру ЛЗ України. Методи вебметричного та порівняльного аналізу, систематизація даних.

Отримані результати. Ризатриптан належить до триптанів другого покоління, володіє швидкою дією, високою ефективністю і безпечністю. Станом на вересень 2021 року на фармацевтичному ринку України zareєстровано 5 ТН ЛЗ ризатриптану та 3 субстанції ризатриптану бензоату (індійських заводів-

виробників). Об'єктами подальшого дослідження обрано лише готові лікарські форми – таблетки та таблетки, що диспергуються в ротовій порожнині. При вивченні інструкцій до ризатриптану встановлено, що рекомендована доза лікування для дорослих становить 10 мг. Максимальна добова доза становить 20 мг. На фармацевтичному ринку України зареєстровано лікарські форми ризатриптану в дозі по 5 та 10 мг.

Отже, за даними сервісу «tabletki.ua» вартість 1 таблетки ризатриптану:

- Різамігрэн 5 мг №3 (60 аптек) - коливається від 19,30 до 24,45грн., середня вартість – 21,86 грн.;
- Різамігрэн 10 мг №3 (3 аптеки) - коливається від 35,07 до 38,13грн.. середня вартість – 36,60 грн.;
- Різоптан 10 мг №3 (133 аптеки) - коливається від 35,26 до 56,17 грн., середня вартість – 45,71 грн.;
- Різоптан 10 мг №6 (53 аптеки) - коливається від 35,70 до 50,50 грн., середня вартість – 43,50 грн.;
- Різоптан 10 мг №9 (103 аптеки) - коливається від 34,88 до 46,55 грн., середня вартість – 40,72 грн.;
- Ризатриптан – Фарматен по 5 та 10 мг №2 - інформація на пошуковому сервісі відсутня.

Вітчизняний ЛЗ Різамігрэн економічно вигідніше купувати пацієнтам в дозі 10 мг №3, що майже в 1.19 рази вигідніше, ніж у дозі по 5 мг.

Встановлено, що економічно доцільніше пацієнтам купувати Різоптан 10 мг в упаковці №9, тоді купірування мігренозного нападу буде коштувати в 1.22 рази дешевше, ніж таким ж дозуванням, але упаковкою по 3 таблетки.

Висновки. У ході проведеного дослідження встановлено, що використовуваний інтернет-сервіс пошуку ліків «tabletki.ua» надає інформацію про ціни лише на вітчизняні ЛЗ. Оскільки купірування мігренозного нападу доцільно розпочинати з дози 10 мг ризатриптану, то найбільш економічно вигідним для пацієнтів є ЛЗ Різамігрэн 10 мг №3 (середня вартість 1 таблетки – 36,60 грн.), що є дешевшим порівняно з ЛЗ Різоптан у тому ж дозуванні та кількості таблеток в упаковці.

Упакування з однаковим дозуванням діючої речовини (Різоптан 10 мг), але з більшою кількістю таблеток в блістері є економічно вигіднішим для пацієнтів.

Матвійчук М.Є.

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

Аналіз вартості флуоксетину лікування депресії у жінок в пренатальному і післяпологовому періодах

maryana_matviychuk@ukr.net

Вступ. До 15% жінок страждають на перинатальну депресію, яка розвивається в період від зачаття до кінця першого року після народження дитини. Флуоксетин - це препарат вибору з групи селективних інгібіторів зворотного захоплення серотоніну (СІЗЗС).

Мета дослідження: порівняти витрати для лікування депресії у жінок пренатальному і післяпологовому періодах з використанням селективних інгібіторів зворотного захоплення серотоніну (флуоксетину) українських та імпортованих виробників у різних дозуваннях та формах випуску в запропонованих ресурсом аптечних мережах м. Львова для їх раціонального застосування.

Матеріали та методи досліджень: Об'єктами були дані Державного реєстру лікарських засобів України і АТС/DDD Index 2021 та інформація про ціни ЛЗ з інтернет-сервісу «Tabletki.ua».

Використано методи: системний, статистичний, аналіз порівняння, узагальнення.

Отримані результати: За даними ДРЛЗ України зареєстровано 5 торгових назв флуоксетину. Інтернет сервіс «Tabletki.ua» надає можливість отримувати актуальну інформацію про наявність, вартість та місця продажу необхідних ЛЗ. Для пошуку вартості ЛЗ вводили торгову назву флуоксетину (отриману з сайту ДРЛЗ України) з зазначенням дозування діючої речовини та кількості таблеток в упаковці. АТС код флуоксетину - N06AB03; DDD = 20 мг.

Як видно з даних таблиці 1, з 5 зареєстрованих ЛЗ флуоксетину на інтернет-сервісі «Tabletki.ua» були присутні всі 5 або 100 % його ТН.

У процесі дослідження встановлено, що на інтернет сервісі «TABLETKI.UA» флуоксетин, вітчизняного виробництва у дозуванні по 20 мг

діючої речовини представлений лише 4 ТН з різною кількістю таблеток в упаковці.

Для розрахунку вартості 1 таблетки у дозі 20 мг флуоксетину використали формулу:

$$1 \text{ таблетка (20 mg)} = \frac{\text{вартість 1 упаковки ЛЗ флуоксетину (20 mg)}}{\text{кількість таблеток (капсул) в упаковці}}$$

Середню вартість 1 таблетки, розраховували за формулою:

$$V_c = \frac{x_1}{x_2}, \text{ де}$$

X_1 - сума цін 1 таблетки на конкретну торгову назву ЛЗ в усіх запропонованих аптеках на сервісі «Tabletki.ua»

X_2 - кількість аптек які мають конкретний ЛЗ, що відображено на сервісі «Tabletki.ua».

вартісними показниками (грн.). для та максимальної добової дози ЛЗ

Таблиця 1. Асортиментна та цінова характеристика зареєстрованих в Україні ТН флуоксетину.

Торгова назва	Вартість Табл./ капс	Вартість max ДДЛЗ
МНН АФІ - флуоксетину (АТС код - N06AB03; DDD = 20 мг)		
Флуоксетин таб. 20 мг №20 (ТЗОВ "Дослідний завод "ГНЦЛС", ТЗОВ "Фармацевтична компанія "Здоров'я", Україна)	2,07/41,31	8,28
Флуоксетин таб. 20 мг №10 (ТЗОВ "Дослідний завод "ГНЦЛС", ТЗОВ "Фармацевтична компанія "Здоров'я", Україна)	2,57/25,74	10,30
Продеп капс. 20 мг №60 (Сан Фармасьютикал Індастріз Лтд, Індія)	3,13/187,85	12,52
Флуксен капс. 20 мг №30 (ПАТ "Київмедпрепарат", Україна)	2,05/61,57	8,20
Флуксен капс. 20 мг №10 (ПАТ "Київмедпрепарат", Україна)	2,50/25,04	10,00

Отже, за даними сервісу «Tabletki.ua» вартість 1 упаковки:

- Флуоксетин табл. 20 мг № 20 (ТОВ "Дослідний завод "ГНЦЛС", ТОВ "ФК "Здоров'я", Україна)- коливається від 31.52 до 46.50 грн., середня вартість – 41.31 грн., вартість 1 табл. - 2.07 грн.
- Флуоксетин табл. 10 мг № 20 (ТОВ "Дослідний завод "ГНЦЛС", ТОВ "ФК "Здоров'я", Україна)- коливається від грн., 21.45 до 27.03 середня вартість – 25.74 грн., вартість 1 табл. – 2.57 грн.
- Продеп капс. 20 мг № 60 (Сан Фармасьютикал Індастріз Лтд, Індія)- коливається від 154.80 до 223.29 грн., середня вартість – 187.85 грн., вартість 1 табл. – 3.13 грн.
- Флуксен капс. 20 мг № 30 (ПАТ "Київмедпрепарат", Україна)- коливається від 44.30 до 72.82 грн., середня вартість – 61.57 грн., вартість 1 капс. – 2.05 грн.
- Флуксен капс. 20 мг № 10 (ПАТ "Київмедпрепарат", Україна) - коливається від 21.17 до 26.50 грн., середня вартість – 25.04 грн., вартість 1 табл. – 2.50 грн.

Conclusions: У процесі дослідження встановлено, що на інтернет сервісі «Tabletki.ua» флуоксетин, українського виробництва у дозуванні по 20 мг діючої речовини представлений лише 4 ТН з різною кількістю таблеток в упаковці.

Вартість однієї таблетки українського флуоксетину 20 мг, коливається від 2.05 грн. (Флуксен капс. 20 мг №30) до 2.57 грн. (Флуоксетин табл. 20 мг №10). Середня ціна 1 таблетки становить 2.30 грн.

Представником імпортного флуоксетину на фармацевтичному ринку України є капсули Продеп 20 мг №60, виробник Індія. Вартість однієї капсули – 3.13 грн.

Висновки. Встановлено, що середня вартість 1 таблетки флуоксетину 20 мг українського виробництва в 1,36 рази нижча, ніж імпортного.

Ткачова О.В., Діденко К.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Порівняльний аналіз наявності діуретичних засобів у нормативних медико-технологічних документах

tkachevaov@gmail.com

Вступ. Серед населення України значну поширеність мають серцево-судинні захворювання (ССЗ), які є частою причиною смертності. Серед різних форм ССЗ смертність від хронічної серцевої недостатності (ХСН) варіює від 7% до 17% хворих. Однією з провідних ланок фармакотерапії ХСН є застосування діуретичних лікарських засобів (ЛЗ).

Мета дослідження - аналіз наявності діуретичних ЛЗ у чотирьох нормативних медико-технологічних документах (МТД).

Матеріали та методи. Для аналізу діуретичних ЛЗ, представлених на фармацевтичному ринку використовували наступні МТД: Державний формуляр лікарських засобів (ДФЛЗУ, чинний 13 випуск), Національний перелік основних ЛЗ України (2017 р.), Уніфікований клінічний протокол первинної, вторинної та третинної медичної допомоги «ХСН» (далі УКПМД) (2016 р.), Британський національний формуляр (2020 р.). Комбіновані та діуретичні фітопрепарати у дослідженні не використовували. Були використані методи: логічний, системно-аналітичний, порівняльний аналіз та узагальнення інформації.

Отримані результати. Препарати, що входять до ДФЛЗУ на сьогоднішній день відповідають вимогам формулярної системи раціональної фармакотерапії, оскільки є безпечними, ефективними та їх застосування є економічно обґрунтованим і сприяє покращенню якості медичної допомоги. Лікарські засоби, що входять до Національного переліку основних ЛЗ України є ефективними (що доведено дослідженнями високого рівня доказовості), безпечними, економічно обґрунтованими та є безоплатними для кожного пацієнта України. УКПМД хворим із ХСН розроблений на основі клінічної настанови відповідно до стандарту медичної допомоги і містить вимоги до

діагностичних, лікувальних, профілактичних та реабілітаційних методів надання медичної допомоги хворим та їх послідовність.

Аналіз отриманих результатів показав, що до ДФЛЗУ, 13 випуску увійшли 6 МНН діуретиків: гідрохлортіазид, індапамід, фуросемід, торасемід, спіронолактон, еплеренон. У чинному випуску ДФЛЗУ не були представлені хлорталідон, ксипамід та кислота етакринова, що зареєстровані на фармацевтичному ринку України. До Національного переліку основних ЛЗ України увійшли 3 МНН: гідрохлортіазид, фуросемід та спіронолактон, що можуть безоплатно відпускатися хворим за рецептом лікаря. До УКПМД хворим із ХСН увійшли тільки 5 МНН ЛЗ: гідрохлортіазид, індапамід, фуросемід, спіронолактон, еплеренон. За результатами аналізу даних Британського Національного Формуляру визначено, що для лікування хворих на ХСН рекомендовано 8 із 9 діуретичних препаратів за міжнародною непатентованою назвою (гідрохлортіазид, хлорталідон, ксипамід, індапамід, фуросемід, торасемід, спіронолактон, еплеренон), окрім кислоти етакринової.

Порівнявши нормативні документи, з'ясували, що 3 МНН ЛЗ увійшли до всіх 4-х МТД: гідрохлортіазид, фуросемід та спіронолактон, що вказує на високий рівень їх клінічної ефективності і безпеки. До жодного з МТД не увійшла кислота етакринова, що вказує на недостатню ефективність та безпеку даного препарату.

Висновок. Проведений аналіз наявності діуретичних ЛЗ в 4-х нормативних МТД показав, що більшість МНН препаратів цієї групи були виявлені в ДФЛЗУ (6 МНН із 9 МНН), в УПМД хворим з ХСН (5 МНН), у Британському національному формулярі (8 із 9 МНН). До жодного з МТД не увійшла кислота етакринова, хоча даний препарат за даними інструкції до медичного використання також рекомендований для застосування у хворих з ХСН. До всіх проаналізованих МТД увійшли гідрохлортіазид, фуросемід та спіронолактон, що безперечно мають доведену клінічну ефективність і безпеку при лікуванні хворих із ХСН.

¹Яковлева Л.В., ²Романенко І.М.

¹Національний фармацевтичний університет, Харків

²Державний експертний центр МОЗ України, Київ

Аналіз асортименту антибіотиків системної дії на фармацевтичному ринку України у 2021 році

iakovlievalv@gmail.com

Безумовним є той факт, що антимікробні засоби, які включають антибіотики, протигрибкові, протипротозойні, противірусні лікарські засоби (ЛЗ), врятували мільйони життів з тих пір, як вони були вперше відкриті. Однак надмірне та нераціональне їх застосування, зокрема антибіотиків (АБ), є однією з основних причин поширення антибіотикорезистентності (АБР).

Серед факторів, які ВООЗ розглядає як причини зростання поширеності АБР, це надмірне призначення АБ, надмірне їх використання у сільському господарстві, низький інфекційний контроль у закладах охорони здоров'я, відсутність розробки нових АБ, недостатня поінформованість про проблему АБР як фахівців сфери охорони здоров'я, так і пацієнтів та недооцінка небезпеки наслідків АБР всіма зацікавленими сторонами.

АБР - це глобальна проблема, яка є викликом для системи охорони здоров'я як на світовому, так і на вітчизняному рівнях. Вже зараз, за оцінками Світового Банку, АБР спричиняє 700 000 смертей щороку в усьому світі. За даними Організації економічного співтовариства та розвитку щороку в країнах Європейського Союзу/Європейської Економічної Зони (ЄС/ЄЕЗ) реєструють понад 670 000 випадків інфікування бактеріями, які мають АБР, та 33 000 смертей внаслідок цих інфекцій.

Зниження тягаря і наслідків інфекційних захворювань є кінцевою метою Глобальної стратегії ВООЗ зі стримування антибіотикорезистентності (WHO Global Strategy for Containment of Antimicrobial Resistance).

Мета - оцінка асортименту АБ системної дії на фармацевтичному ринку України та їх наявність у галузевих стандартах України, що регламентують використання ЛЗ у медичній практиці.

Матеріали і методи.

Об'єктом дослідження були АБ системного застосування (АТХ код J01), їх доступність на ринку, включення до галузевих стандартів у сфері охорони здоров'я та до Національного переліку основних лікарських засобів (НП).

Аналіз доступності протимікробних ЛЗ на ринку України проводився за даними офіційного веб сайту Державного реєстру лікарських засобів (ДРЛЗ). Включення АБ системного застосування (J01) у галузеві стандарти у системі охорони здоров'я встановлювалась за наявністю їх у 12 та 13 випуску Державного формуляра лікарських засобів (ДФ).

Отримані результати.

Аналіз асортименту АБ системної дії (J01) фармацевтичного ринку України протягом 2019-2021 рр.

За даними ДРЛЗ станом на жовтень 2021 року на фармацевтичному ринку України наявні 81 МНН з АТХ кодом J01, що відповідає 974 торговельним найменуванням (ТН) (табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл ТН за МНН АБ системної дії (АТХ код J01)

МНН	Кількість ТН на ринку України
J01A тетрацикліни	9
J01B амфеніколи	9
J01C β-лактамі АБ; пеніциліни	98
J01D інші β-лактамі АБ:	374
• J01DB цефалоспорини I покоління	15
• J01DC цефалоспорини II покоління	47
• J01DD цефалоспорини III покоління	196
• J01DE цефалоспорини IV покоління	57
• J01DF монобактами	1
• J01DH карбапенеми	55
• J01DI інші цефалоспорини та пенеми	3
J01E сульфаніламід та триметоприм	24
J01F макроліди, лінкозаміди та стрептограміни	140
J01G аміноглікозиди	16
J01M хінолони	186
J01R комбінації	10
J01X інші антибіотики	108
Загалом	974

Таким чином, аналіз ринку АБ системної дії (J01) свідчить, що він включає достатню кількість препаратів для забезпечення лікування хворих з інфекційними захворюваннями.

АБ системної дії (J01), які включені у 12 та 13 випуски ДФ та у Національний перелік.

На основі аналізу ДФ встановлено, що 12 випуск документу включав 62 МНН протимікробних засобів з АТХ код J01, 13 випуск - 61 МНН (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз АБ системного застосування (J01) у ДФ та у НП

МНН	12 випуск ДФ, МНН	13 випуск ДФ, МНН	НП, МНН
J01A тетрацикліни	3	3	1
J01B амфеніколи	1	1	1
J01C β-лактамі АБ; пеніциліни	7	7	9
J01D інші β-лактамі АБ:	16	17	9
• J01DB цефалоспорины I покоління	2	2	2
• J01DC цефалоспорины II покоління	1	1	0
• J01DD цефалоспорины III покоління	8	9	4
• J01DE цефалоспорины IV покоління	2	2	1
• J01DF монобактами	0	0	0
• J01DH карбапенеми	3	3	2
• J01DI інші цефалоспорины та пенеми	0	0	0
J01E сульфаніламід та триметоприм	4	4	1
J01F макроліди, лінкозаміди та стрептограміни	8	8	4
J01G аміноглікозиди	4	4	1
J01M хінолони	9	7	1
J01R комбінації	0	0	0
J01X інші антибіотики	10	10	8

Наведені дані свідчать про те, що у ДФ наявні більше 62 МНН АБ системного застосування (J01), серед яких є представники всіх груп, окрім фармакотерапевтичної групи J01R комбінації.

Центр співпраці ВООЗ з методології статистичного аналізу лікарських засобів до групи J01R комбінації відносить: сульфаніламід у комбінації з іншими антибактеріальними засобами (крім триметоприму); цефуроксим і метронідазол; спіраміцин і метронідазол; левофлоксацин та орнідазол; цефепім і амікацин; азитроміцин, флуконазол та секнідазол; тетрациклін і олеандоміцин;

офлоксацин та орнідазол; ципрофлоксацин і метронідазол; ципрофлоксацин і тинідазол; ципрофлоксацин та орнідазол; норфлоксацин і тинідазол. Серед зазначених МНН на фармацевтичному ринку України на сьогоднішній день представлені левофлоксацин та орнідазол; офлоксацин та орнідазол; ципрофлоксацин і тинідазол; ципрофлоксацин та орнідазол.

У НП, ЛЗ якого повинні бути наявними у закладах охорони здоров'я для забезпечення належного рівня лікування, міститься 35 МНН (J01). З них бензатину бензилпеніцилін, імipенем + циластатин, клоксацилін, прокаїну бензилпеніцилін, феноксиметилпеніцилін не доступні наразі на фармацевтичному ринку України.

У ДФ та у НП взагалі відсутні антибіотики фармакотерапевтичної групи J01DF монобактами, J01DI інші цефалоспорины та пенени, а у НП також відсутні представники групи J01DC цефалоспорины II покоління.

Висновки.

1. Фармацевтичний ринок України містить 81 МНН АБ системного застосування (J01), що відповідає приблизно 900 ТН. Аналіз ринку свідчить, що він містить достатню кількість препаратів для забезпечення лікування хворих з інфекційними захворюваннями.

2. У керівництві з раціонального використання ЛЗ, ДФ, наявні більше 60 МНН АБ системного застосування (J01), серед яких є представники всіх фармакотерапевтичних груп, окрім групи J01R комбінації. У ДФ та у НП взагалі відсутні антибіотики фармакотерапевтичної групи J01DF монобактами, J01DI інші цефалоспорины та пенени, а у НП також відсутні представники групи J01DC цефалоспорины II покоління.

Секція 6

Актуальні проблеми інноваційної діяльності вітчизняних підприємств (організацій)

¹Аксьонова О. А., ²Зборовська Т. В., ²Крутських Т. В.

¹ТОВ “ФК “Здоров’я”, м. Харків

²Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Регламентация діяльності щодо забезпечення безперервності бізнесу на фармацевтичному підприємстві

t.v.zborovska@gmail.com

В умовах ведення сучасного бізнесу на перше місце виходить поняття стійкості та безперервності роботи організації. Окрім якості продукції, споживачі та зацікавлені сторони почали приділяти увагу своєчасності її надання на ринок. Джеймс Креск, організатор групи експертів ISO, яка розробила стандарт ISO 22301 Системи управління безперервністю – Вимоги сказав: «Стійка організація – це та, яка здатна адаптуватися до змін, усвідомлює, де криються її вразливі місця, і має плани реагування, якщо щось піде не так».

Швидке відновлення після збою в бізнесі вимагає глибокого розуміння того, що важливо для організації, тобто простих планів реагування та персоналу, який знає свою роль у інциденті, має компетенції щодо ліквідації наслідків. Впровадження вимог стандарту ISO 22301 дає можливість організаціям зробити все це, тим самим гарантуючи своїм споживачам, постачальникам, регуляторним органам та іншим зацікавленим сторонам, що вони не тільки готові до збоїв, але і мають план для майбутнього функціонування.

Фармацевтичні підприємства, як стратегічно важливі для економіки держави, в першу чергу повинні мати таку систему управління та інтегрувати її принципи в свою діяльність. Тому метою наших досліджень стало питання документального супроводження процесів безперервності фармацевтичних підприємств для підтримки ними стійкої роботи.

Аналізуючи систему управління фармацевтичних підприємств та її процесну модель можемо зробити висновок, що особливу увагу слід приділити основним процесам, які максимально можуть постраждати в результаті появи надзвичайних ситуацій та привести до кризи у вигляді відсутності необхідних лікарських засобів на фармацевтичному ринку України.

Першим кроком до стабілізації діяльності є повний аналіз наявних матеріальних ресурсів та нематеріальних активів підприємства, проведення загальної оцінки факторів впливу з врахування специфіки діяльності та фізичного розташування самого підприємства. Дану роботу покладають на процеси планування та аналізу з боку керівництва. В результаті ми отримуємо нову стратегію управління, яка в себе включає наступну необхідну документацію:

1. Політику забезпечення безперервності бізнесу (вона повинна документувати принципи, до яких прагне організація та засоби забезпечення стабільної діяльності).

2. Положення щодо сфери та умов застосування забезпечення безперервності бізнесу (документується перелік процесів та можливі надзвичайні ситуації, які можуть привести до кризи в їх роботі).

3. Звіт щодо аналізу впливу на бізнес з повною оцінкою ризиків/загроз та ідентифікацією критичних для бізнесу процесів.

4. Стратегію забезпечення безперервності бізнесу фармацевтичного підприємства; на основі результатів аналізу діяльності визначаються стратегії забезпечення безперервності, які дозволять виконувати підприємству свої функції в умовах настання надзвичайної ситуації.

Другим кроком ми можемо визначити створення робочої документації для здійснення стратегії безперервності. Її можна класифікувати як документи третього та четвертого рівня в системі управління і вони повинні включати:

1. Програми та графіки навчання для груп швидкого реагування та персоналу задіяного у виконання процесу. Дані програми розробляються з урахуванням наявного компетентного персоналу та засобів для ліквідації

наслідків надзвичайних ситуацій.

2. Плани управління надзвичайними ситуаціями на підприємстві з зазначеними принципами і схемами взаємодії не тільки в межах самого підприємства, а й з усіма зацікавленими сторонами. Підприємство повинно розробити чіткі рекомендації та систему критеріїв оцінки ефективності виконання заходів із ліквідації наслідків надзвичайної ситуації. Процес активації такого плану розпочинається з мобілізації групи реагування та інформування усіх зацікавлених сторін.

3. План забезпечення безперервності бізнесу. Він призначений для розуміння аспектів діяльності процесів, схеми розподілу відповідальності та повноважень, заходів, які можливо використати для ліквідації наслідків та зменшення збитків фармацевтичного підприємства.

4. Плани відновлення бізнесу після появи надзвичайної ситуації повинні містити часові лінії відновлення діяльності та структуру перерозподілу функцій виконання в процесах підприємства.

5. Звіти щодо виконання програм навчання розробляються для перевірки готовності організації до надзвичайних ситуацій та визначення ступеню обізнаності персоналу в виконанні своїх функцій.

6. Звіти щодо оцінки ефективності запропонованих заходів із відновлення діяльності. В організації розробляються форми документів в які заносять інформацію з результатами виконання планів реагування, кількістю використаних ресурсів, часу відновлення тощо. Аналіз таких звітів дає можливість покращити заходи та зменшити витрати, що використовуються при реагуванні та відновленні після інциденту.

Усі представлені документи розробляються відповідно до встановленого документообігу та існуючих нормативних вимог щодо документації фармацевтичного підприємства. Вони включають елементи набутого досвіду в галузі щодо реагування на надзвичайні інциденти та правового поля встановленого державою.

Підсумовуючи наші дослідження, можна сказати, що ефективність системи безперервності бізнесу залежить не тільки від наявних ресурсних можливостей підприємства, а й від повноти та чіткості прописаних відповідних документів та своєчасного їх опрацювання і оновлення.

¹Дерментлі О.О., ²Літвінова О.В.

¹ТОВ "Беркана+", м. Харків

²Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Науково-практичні підходи щодо побудови системи оцінки інтелектуального капіталу фармацевтичного підприємства

olya.dermentli@gmail.com

Вступ. На теперішній час стан та ефективність системи оцінки інтелектуального капіталу визначає конкурентоспроможність, стратегічні позиції та перспективи розвитку сучасного фармацевтичного підприємства.

Мета: аналіз й узагальнення існуючих науково-практичних підходів щодо побудови системи оцінки інтелектуального капіталу фармацевтичних підприємств.

Матеріали та методи. Дослідження проводилися з використанням наукометричних баз даних в мережі Інтернет.

Результати. Головна мета оцінки інтелектуального капіталу – забезпечення стійкого розвитку організації. Аналіз теоретичних робіт свідчить, що традиційно до складу інтелектуального капіталу автори включають людський, структурний та ринковий капітал.

Серед методів оцінки інтелектуального капіталу можна виділити методи, які засновані на створенні системи показників (Scorecard Methods, SC). Вказані методи передбачають ідентифікацію різних компонентів інтелектуального капіталу, до яких визначаються індикатори та індекси. Застосування SC методів не припускає отримання грошової оцінки капіталу, використовують індикатори та індекси у вигляді підрахунку очок. Переваги SC методів полягають в тому, що вони більше наближені до події, тому одержувані оцінки є більш точними, ніж чисто фінансові вимірювання.

При всьому різноманітті публікацій щодо оцінки інтелектуального капіталу постає питання про необхідність розробки методичних підходів з урахуванням галузевої специфіки фармації.

Так, традиційно в якості критеріїв оцінки структурного капіталу використовують такі індикатори: обсяг фінансування R&D; кількість отриманих патентів на винаходи та ін. З огляду на особливості фармацевтичної галузі, необхідна також оцінка кількості зареєстрованих/перереєстрованих оригінальних лікарських засобів (ЛЗ), генериків останнього покоління, ЛЗ, які увійшли до переліку основних ЛЗ; біосимілярів та ін.

При оцінці людського капіталу необхідно враховувати рівень винахідницької активності (участь співробітників у патентуванні винаходів та корисних моделей), кількість кандидатів і докторів наук, які працюють в компанії, кількість фахівців з вищою освітою; активність участі у конференціях, конгресах, з'їздах, в тренінгах та ін.

Показниками, які характеризують ринкові активи фармацевтичного підприємства, визначені такі: рейтинг компанії за обсягом продажів ЛЗ в грошовому виразі, кількість одержаних свідоцтв на торговельні марки, кількість зареєстрованих/перереєстрованих бренданих генериків, активність співпраці компанії з університетами, відповідність Європейським нормам у сфері виробництва та реєстрації ЛЗ.

Для розрахунку інтегрального показника інтелектуального капіталу фармацевтичного підприємства використовують таксономічний аналіз, перевагою якого є процес так званої стандартизації показників, в результаті якого властивості об'єкта, які описані різними якісними та кількісними показниками, перетворюються в єдину стандартизовану систему вимірювання.

Основними принципами побудови системи оцінки інтелектуального капіталу у фармації є: прозорість і достовірність; економічність; співвідношення із стратегічною і тактичною метою організації; генерування необхідної інформації для акціонерів, інвесторів та інших зацікавлених осіб.

Висновки. Проведені дослідження свідчать, що формування системи оцінки інтелектуального капіталу дозволяє фармацевтичному підприємству збільшувати на фармацевтичному ринку України частку вітчизняних препаратів, доступних для широких верств населення.

Lesia Kostiuchenko, Mariia Ochichenko

National Aviation University, Kyiv

The Implementation of Artificial Intelligence and Machine Learning Technologies for Aviation Infrastructure

lesia.kost@gmail.com

Introduction. Nowadays the achievements of artificial intelligence (AI) and machine learning are highly adopted by different enterprises and companies. Indeed, the significance of these technologies are indisputable. They help to solve complex problems, optimize the customer experience, do repetitive tasks, and as a result, reduce costs. More and more brands invest in technologies of artificial intelligence in order to enhance products and customer satisfaction. Currently, leading airline companies are investigating the abilities of AI technologies for improving operational efficacy and providing better services. Thus, *the purpose of the study* is based on the study of the possibilities of AI technologies for aviation infrastructure.

These days aviation companies are getting safer and more profitable. However, challenges that are chasing these companies did not disappear. The nature of these challenges is global, which means the vulnerability to different factors, for instance: insufficient infrastructure or pandemic situations. The first and the most significant problem, is the air congestion. In this case, we can observe the increasing frequency of flights, which means the bigger amount of passengers. As a result, there are more delays as well as greater negative impact on the environment. Nowadays the solutions of artificial intelligence and machine learning are becoming necessary for the proper monitoring of the flights and enhancing the aviation infrastructure. It is undeniable, that airline sphere began to be more dependent on modern technologies due to the more usage of air transport in comparison with the last decade. Poor investments in technology infrastructure are leading to the vulnerability of the airport's information safety. In order to cope with cybercrimes, in a proper way, AI solutions should be implemented [3].

Intelligent navigation technology is one of the latest invents that can make air travel safer, cleaner and more dependable. A growing number of modern airplanes have already adopted a navigation system that uses satellite-assisted guidance. They provide a possibility to use GPS information for making more precise routes that can be “smart tracked” [1]. The literature review shows that aviation industry grows steadily, and forecasters emphasize the doubling of air traffic during the next decade. Intelligent navigation technology will help to make the most effective usage of air space and minimize the impact of aircraft on environment.

Another technology that is, undoubtedly, a great breakthrough for air mobility is autonomous aerial vehicles, which are based on the usage of navigation technology. Although they cannot reach the great distances but they can complete the flying autonomically. For example, recent research suggests that Chinese company “E Hang”, which is the developer of self-driving air vehicles, underscores that this system is able to perform everything from take-off to landing without a pilot on the board. Passengers can choose the desired destination and autonomous air vehicle will bring them to it in efficient and environment-friendly way. Although as it was said earlier such vehicles can transport only on small distances. There are possible hazards for planes, including adverse weather conditions, like wind. Such instability can significantly affect an electric aircraft’s ability to fly and land safely [2]. Therefore, automated air planes are under development and continuous improvement in order to ensure the safety of transportation of people and cargo.

No less important to mention that AI technologies can be used in airports for ensuring security. Undoubtedly, modern airports are susceptible to different kinds of attacks, as well as cybercrimes. In order to avoid such dangerous situations, AI technologies can enhance the aviation safety and, what is more, potential to significantly raise the performance of airport screening equipment. It can be achieved by improving the system of image classification and object recognition functions at the checkpoint [2].

Artificial intelligence solutions are also highly implemented for baggage screening. The assistance of convenience robotic system can ensure the efficiency and

efficacy of luggage screening. This automatized system can quickly reveal issues and eliminate them by diverting high-risk baggage for further deeper inspection [3].

In conclusion, it should be emphasized that artificial intelligence solutions have the great potential to tackle the two major challenges aviation faces today: minimizing the impact of air traffic on the environment and improving the ability to navigate air planes in more way that is effective. Besides this, they enhance the network to scale airspace depending on growth or decline of air traffic. These questions are of central interest as much recent research in a management of aviation infrastructure. On the other hand, it is advisable to use AI for security management. After all, security is one of the main priorities for aviation. Therefore, it is very important to implement artificial intelligence and machine learning technologies in aviation infrastructure management today.

Literature

1. Hutcherson, Josh. “How Airports Are Using AI to Improve Security.” Neural Guard, 31 Aug. 2021, URL:<https://www.neuralguard.com/how-airports-are-using-ai-to-improve-security/>.
2. McMullen, M. “Artificial Intelligence in the Airline Industry.” CAB Direct, URL:<https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19871847837>.
3. Smith, Michael Clarke and Barry, et al. “Impact of Operations Research on the Evolution of the Airline Industry.” Journal of Aircraft, 22 May 2012, URL:<https://arc.aiaa.org/doi/abs/10.2514/1.900?journalCode=ja>.

Павлов О.Д.¹, Літвінова О.В.²

¹КНП «Міська клінічна лікарня швидкої та невідкладної медичної допомоги ім. проф. О.І. Мещанінова» ХМР, м. Харків

²Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Особливості інноваційної діяльності при створенні лікарських засобів, призначених для лікування соціально загрозливих захворювань

kaf.yep@niph.edu.ua

Вступ. Інноваційна діяльність в сфері фармації відрізняється від розробки інновацій загального характеру специфічними аспектами доклінічних і клінічних досліджень, жорсткими рамками регулювання, наявністю проблем правової відповідальності, високою вартістю і високою ймовірністю невдач.

Мета: аналіз стану і тенденцій науково-практичних підходів щодо створення інноваційних лікарських засобів (ЛЗ) для лікування соціально загрозливих захворювань (гепатит, ВІЛ, онкопатології, антибіотикорезистентність, туберкульоз та ін.).

Матеріали та методи. Дослідження проводилися з використанням наукометричних баз даних в мережі Інтернет.

Результати. В останні десятиліття глобальні витрати фармацевтичних компаній на інноваційні розробки ЛЗ істотно зросли, а кінцева вартість оригінальних препаратів сьогодні часто є дуже високою. В глобальному відношенні зростання галузі в останні десятиліття становило 4-7%, і сумарний обсяг фармацевтичної продукції, яка щорічно реалізується, вже перевищив 1 трлн дол.

Перераховані виклики ставлять нові завдання і проблеми щодо інноваційної політики, змушуючи найпотужніших учасників фармацевтичної галузі і держави шукати нові механізми підтримки інноваційної діяльності.

В рамках класичної моделі проведення R&D розробник має намір відшкодувати свої витрати та отримати прибуток в період, коли він буде займати виняткове становище на ринку. Однією з основних концепцій пошуку

новаторських моделей інноваційної діяльності є ідея «розмикання зв'язку» між ціною кінцевого продукту і витратами на R&D.

Аналіз теоретичних робіт свідчить, що принцип «розмикання зв'язку» включає в себе наступні підходи: субсидії на проведення досліджень, які забезпечують первинне фінансування для дослідників; податкові пільги на проведення R&D, призові виплати (грошова сума, яка виплачується компанії, що успішно розробила новий продукт, і визначається заздалегідь нагородних комітетом), попередні зобов'язання щодо майбутніх закупівель, пріоритетний розгляд регулюючими органами, патентні пули. У патентних пулах, принаймні, два патентовласника домовляються об'єднати свої патентні права, що стосуються конкретних технологій, і на основі ліцензії надавати права на використання їх патентів один одному і третім сторонам.

Розвиток державно-приватного партнерства (ДПП) відіграє також значну роль в проведенні R&D при створенні інноваційних ЛЗ для лікування соціально загрозливих захворювань. Це сприяє об'єднанню інтелектуальних ресурсів та розподілу ризиків, пов'язаних із високим ступенем невизначеності результатів інноваційної діяльності; дозволяє розширити фінансові ресурси, сприяє оптимізації бюджетних витрат. Різноманітність форм і моделей ДПП обумовлена великою світовою практикою його застосування.

Як показали проведені дослідження, модель інноваційної діяльності, що заснована на принципі «розмикання зв'язку» реалізується в соціально значущих проєктах світового масштабу за участю багатьох зацікавлених сторін, що стимулює розробку інноваційних ЛЗ, які поодиноці розробляти і виводити на ринок економічно не вигідно, хоча потреба в них об'єктивно існує. Об'єднання ресурсів, розподіл фінансового тягаря і ризиків роблять такі проєкти більш привабливими і життєздатними.

Висновки. Таким чином, ландшафт, на якому проводяться R&D у фармації, змінюється. Проаналізовані переваги застосування моделі інноваційної діяльності, що заснована на принципі «розмикання зв'язку» між кінцевою ціною на медичну продукцію і витратами на проведення R&D, при реалізації інноваційних проєктів, спрямованих на розробку ЛЗ, призначених для лікування соціально загрозливих захворювань.

¹Самборський О. С., Слободянюк М. М., Рогуля О. Ю.

¹Івано-Франківський національний медичний університет

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Теоретико-прикладні аспекти взаємодії закладів вищої освіти та суб'єктів господарювання у сфері наукових досліджень

veritas_kh@ukr.net

Вступ. Стратегічним завданням закладів вищої освіти (ЗВО) є не лише забезпечення потреб ринку праці кваліфікованими кадрами, а й розробка інноваційних конкурентоспроможних продуктів, технологічний розвиток галузей економіки завдяки формуванню партнерських відносин між академічною спільнотою і бізнесом. Розроблення інтеграційних механізмів взаємодії ЗВО та суб'єктів господарювання дозволить подолати існуючі бар'єри при проведенні та впровадженні результатів наукових досліджень, якими є відсутність комплексної програми співробітництва, у тому числі й ендаументу, різні мотиви інновацій та часові горизонти планування, необхідність опублікування конфіденційних результатів наукових досліджень, відсутність у ЗВО організаційних структур з інноваційною стратегією тощо. Вищезазначене доводить актуальність створення механізму взаємодії ЗВО та бізнесу з метою розроблення інновацій та формування наукового інноваційного середовища, розвитку та комерціалізації дослідницьких проєктів, технологічного трансферу з урахуванням глобальних індустріальних трендів.

Метою дослідження є аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду співробітництва ЗВО та суб'єктів господарювання на етапах виконання та впровадження результатів наукових досліджень.

Методи дослідження. Для досягнення окресленої мети використані результати контент-аналізу, методи узагальнення та порівняння.

Отримані результати аналізу зарубіжного досвіду співробітництва компаній та університетів свідчать про достатньо широкий арсенал видів інтеграції освіти, науки та бізнесу, зокрема, це програми мобільності, сумісне викорис-

тання фінансів та інфраструктури для досліджень та розробок, виплата стипендій або грантів викладачам та студентам, податкові пільги для наукових стартапів тощо. Слід відмітити різноманітність джерел фінансування університетських наукових досліджень, якими є державний та місцевий бюджети, гранти, ендаумент та благодійні фонди, бізнес-структури, доходи від навчальної, дослідницької, виробничої та консультативної діяльності.

Науково-дослідний сектор є потужним джерелом інноваційних продуктів, якому належить значна частка у загальному науковому потенціалі високорозвинених країн (наприклад, у США — 14,3%, в Японії — 13,4%, в країнах ЄС — 22,5%). Результатом взаємодії є створення мереж та кластерів, які об'єднують промислові та академічні заклади Німеччини, з метою сприяння новим технологіям та прискорення виходу на ринок нововведень. В Університеті Північної Кароліни (США) функціонує система винагород науковців, завдяки якій автори отримують 40% від прибутку. У Великій Британії існує система стимулювання співробітництва університетських наукових центрів і бізнесу, також у закладах освіти проводяться наукові дослідження для приватних компаній з подальшим їх впровадженням. Науковці мають можливість розвитку кар'єри у дослідницьких центрах компаній, наприклад, можуть стати консультантом або керівником наукового проєкту.

Прикладом взаємодії науки та бізнесу на національному фармацевтичному ринку є рівень впровадження результатів дисертаційних досліджень у господарську діяльність підприємств. Проведений нами аналіз практичного значення результатів дисертаційних досліджень, отриманих науковцями вітчизняних ЗВО, які були захищені за спеціальністю 15.00.01 - технологія ліків, організація фармацевтичної справи та судова фармація у 2017-2020 р.р., свідчить про їх ринкову затребуваність, — всі напрацювання технологічного спрямування були впроваджені у виробничий процес фармацевтичних підприємств, у діяльність аптечних закладів та на державному рівні.

Узагальнені дані свідчать, що 57,6% результатів орієнтовані на виробництво, серед яких 10,2% — це промисловий випуск та медичне застосування ЛЗ,

20,4% — введення до перспективного плану розвитку виробничого підприємства, решта — це апробація в заводських умовах складу та технології виробництва та проекту методів контролю якості. Встановлено, що 24,7% наукових розробок впроваджено у діяльність аптечних закладів, у структурі яких розроблення технології та складу ЛЗ, їх апробація в аптечних умовах. Окремо слід відмітити впровадження результатів досліджень, узагальнених у вигляді методичних рекомендацій та інформаційних листів, на державному рівні та в освітній процес ЗВО, частка склала 17,6%. Вищезазначене свідчить про актуальність напрямів наукової тематики, результати дослідження за якою впроваджуються суб'єктами ринку у практичну діяльність. Проте необхідно відмітити, що серед розробок, призначених для виробничих підприємств, лише десята частина отримала промисловий випуск та має медичне застосування, що демонструє необхідність розширення форм співробітництва ЗВО та фармацевтичних підприємств у сфері наукових досліджень.

Висновки. Таким чином, перспективним напрямом підвищення ефективності університетської науки є державна підтримка у вигляді пільгового інвестиційного та короткострокового кредитування, отримання патентів на комерційну експлуатацію, створення базових кафедр підприємств у ЗВО тощо. Вищезазначене сприятиме розвитку наукового співробітництва завдяки об'єднанню інтелектуального потенціалу ЗВО та потужностей суб'єктів господарювання.

Секція 7 Стратегічні напрями підвищення конкурентоспроможності фармацевтичних підприємств (організацій)

Бондарєва І.В., Бігвава Ц.Б.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Дослідження системи мотивації співробітників аптекних мереж

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. Практично кожен керівник аптеки рано чи пізно стикається з питанням мотивації своїх співробітників. На жаль, єдиних схем мотивації, які однаково ефективно впливали б на різних співробітників, не існує. Саме тому більшість керівників аптек експериментують з різними моделями мотивації персоналу, намагаючись знайти методи, які найбільше підходять для їх аптекної організації.

Метою дослідження є дослідження системи мотивації співробітників аптекних мереж.

Матеріали та методи: анкетування, аналіз, системний, графічний, спостереження.

Отримані результати. Методом анкетування 47 працівників аптек були оцінені мотиви діяльності фармацевтичного персоналу та демотиваційні чинники за 5-бальною шкалою. Встановлено, що найбільш вагомими мотивами для працівників аптек є трудовий настрій колективу (4,8 балів) і матеріальне стимулювання (4,9 балів). Також для них важливо моральне стимулювання (4,6 балів) і прагнення досягти поваги в колективі (4,0 бали). Практично не вагомими є заходи адміністративного впливу (2,6 балів) і страх втрати роботи (3 бали).

Виявлено, що найбільш важливими демотиваційними факторами є система міжособистісних взаємин (4,5 балів) і безпосереднє керівництво, контроль (4 бали). Також для фармацевтичного персоналу важлива внутрішня політика організації по відношенню до персоналу (3,9 балів). Серед менш вагомих демотиваційних чинників можна зазначити умови праці (3,7 балів), заробітну плату і стабільність роботи (3,6 балів).

Висновки. Таким чином, досліджено систему мотивації співробітників аптекних мереж.

Бондарєва І.В., Герасимова О.А., Шапошник Т.Ю.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Маркетингове обґрунтування підвищення конкурентоспроможності аптечної мережі

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин ефективність діяльності аптечних організацій як суб'єктів фармацевтичного ринку багато в чому залежить від рівня їх конкурентоспроможності. Саме конкурентоспроможністю визначається не тільки ефективність реалізації аптечною мережею своєї економічної функції, яка пов'язана з отриманням доходу від фінансово-господарської діяльності. Значною мірою вона впливає також на виконання соціальної функції щодо задоволення зростаючих потреб населення в отриманні якісних аптечних товарів і послуг.

Метою дослідження є маркетингове обґрунтування підвищення конкурентоспроможності аптечної мережі.

Матеріали та методи: анкетування, аналіз, системний, графічний, спостереження.

Отримані результати. Проведений аналіз діяльності АМ «Славутич» показав, що адекватна конкурентоспроможна і сучасна програма лояльності може сприяти значному збільшенню клієнтів. При розвиненій конкуренції АМ «Славутич» може зберегти або посилити свої позиції за рахунок позиціонування себе як компанії, де продаються тільки якісні ліки і де завжди буде надана кваліфікована допомога фармацевта. В результаті оцінки конкурентоспроможності АМ «Славутич» графічним методом, нами були виявлені сильні і слабкі сторони досліджуваної аптечної мережі по відношенню до її конкурентів. Розроблені заходи для підвищення конкурентоспроможності.

Висновки. Таким чином, запропоновані заходи мають позитивний економічний ефект і сприяють підвищенню конкурентоспроможності аптечної мережі «Славутич» на фармацевтичному ринку України.

Конопля І.О., Карпенко Л.А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Вивчення соціально-організаційних механізмів підвищення конкурентоспроможності аптечного закладу

socpharm @nuph.edu.ua

Вступ. Одним з критеріїв успішної роботи аптечної організації є її конкурентоспроможність. В умовах посилення конкурентної боротьби для будь-якого підприємства на перший план виходить завдання збереження і підвищення власної конкурентоспроможності. Успіх підприємства в умовах конкурентної боротьби обумовлюється постійним моніторингом позицій на ринку, дослідженням сильних і слабких сторін як власної господарської діяльності, так і конкурентів, здатністю пристосовуватися до змін ринкової ситуації. Тому питання дослідження конкурентоспроможності організації на ринку, в т. ч. фармацевтичної є завжди актуальним.

Питанням оцінки конкурентоспроможності фармацевтичного підприємства або організації присвячені праці Ю.С. Братішко, Т. А. Грошового, А. А. Кабачної, Ж.В. Малої, З. М. Мнушко, А. С. Немченко, І. В. Пестун, О. В. Посилкіної, В. М. Толочко, Л. М. Унгурян та ін. Аналіз публікацій цих авторів дозволив виділити підходи до розуміння і вирішення вищезначеної проблеми.

Мета дослідження. Метою нашої роботи стало вивчення соціально-організаційних механізмів підвищення конкурентоспроможності аптечного закладу на прикладі соціальної аптеки м. Харкова.

Матеріали та методи. В процесі роботи використані методи маркетингового, багатокритеріального аналізу (аналіз розривів, SWOT-аналіз); порівняльний метод; соціологічні методи дослідження (спостереження, анкетування); логіко-структурний і логіко-семантичний методи.

Група експертів склала 22 особи зі стажем роботи від 5 до 20 років середньої ланки управління. Опитування проводили на основі створеної онлайн платформи. Обсяг вибірки відвідувачів аптек склав 100 осіб.

Отримані результати. За результатами дослідження було встановлено, що основними конкурентами базової (досліджуваної) аптеки є дві аптеки, які розташовані прямо поблизу. Всі аптеки знаходяться в однакових умовах щодо прохідності й відвідуваності.

SWOT-аналіз діяльності конкуруючих аптек показав приблизно однакові результати. Найбільш сильними сторонами своєї організації фармацевтичні фахівці вважають: досвід роботи на ринку, широкий асортимент товарів, гарну репутацію, зростання кількості постійних клієнтів і роботу в системі пільгового забезпечення. Найбільш слабкими сторонами респонденти вважають: значне навантаження на одного фармацевтичного фахівця, низький рівень мотивації персоналу, нестачу обігових коштів, низьку ринкову частку і недостатньо ефективну роботу з клієнтами.

При оцінці конкурентоспроможності аптеки ми спиралися на зовнішні переваги, до яких віднесли місце розташування аптеки, внутрішній та зовнішній інтер'єр аптеки, режим роботи аптеки, наявність допоміжних технічних засобів та механізмів для маломобільних груп населення, наявність POS-терміналу, культуру обслуговування, професіоналізм персоналу аптеки, асортиментну та цінову доступність, додаткові послуги тощо. Саме зовнішні переваги є основою для вибору тієї чи іншої аптеки споживачами.

У результаті оцінки конкурентоспроможності базової аптеки були відмічені її слабкі сторони, такі як зовнішній інтер'єр, швидкість обслуговування клієнтів, етичні норми поведінки обслуговуючого персоналу, відсутність технічних засобів для маломобільних груп населення. Втім аптека приваблює покупців порівняно низькими цінами, широким асортиментом товару, наявністю спеціальних знижок для пільгового контингенту населення.

Висновки. За результатами SWOT-аналізу виявлені сильні та слабкі сторони аптечної організації. Досліджено соціально-організаційні механізми підвищення конкурентоспроможності аптечного закладу.

Кремінь Ю.І., Громовик Б.П.

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

Фармацевтичні фахівці про частоту використання форм заохочення їхніми роботодавцями: регіональний аспект

Kremin_Julia@i.ua, hromovyk@gmail.com

Вступ. Мотивація професійної активності фармацевтичних фахівців (ФФ) є важливим чинником надання якісної фармацевтичної допомоги населенню. Відтак, вивчення наявної системи мотивації ФФ є доцільним.

Мета. Здійснити аналіз частоти використання форм заохочення, які застосовуються роботодавцями до ФФ аптечних закладів.

Матеріали та методи. Використано методи узагальнення, інтерпретації результатів, анкетування й математичної статистики. Опитано 348 ФФ за допомогою google форми з усіх регіонів України, крім анексованої АР Крим та окупованих територій Донецької та Луганської областей. За регіонами ФФ розподілилися таким чином: 25,5 % представляли західний, 25,4 % - північний, 20,7 % - центральний, 18,4 % - південний і 10,0 % - східний регіони України.

Результати дослідження. З'ясовано, що за частотою використання роботодавцями матеріальних і моральних форм заохочення ФФ характерні певні відмінності у різних регіонах країни. Як видно з даних таблиці, серед матеріальних форм спонукання роботодавці найчастіше застосовують відсоток з продажів, систему бонусів, преміювання і підвищення зарплати на певний проміжок часу. При цьому застосування відсотку з продажів і системи бонусів є нижчим у західному регіоні у порівнянні з іншими регіонами на відміну від підвищення зарплати на певний проміжок часу. Доплати за інтенсивність праці, роботу у нічний час, святкові дні, суміщення професій та преміювання більш-менш рівномірно застосовуються роботодавцями всією територією країни.

Щодо надбавки за професійну майстерність, високі досягнення в праці, виконання особливо важливої роботи, то ця форма заохочення здебільшого характерна для східного регіону на відміну від північного і західного регіонів.

Частота застосування форм заохочення ФФ

Форми заохочення	Частота застосування за регіоном, %				
	північний	південний	східний	західний	центральний
Матеріальні форми заохочення					
Відсоток з продажів	65,5	68,0	71,0	54,6	67,2
Система бонусів	65,0	63,9	59,1	52,6	60,7
Підвищення зарплати на певний проміжок часу	50,6	59,6	56,8	63,5	45,8
Преміювання	56,1	52,4	54,8	59,4	58,2
Доплати за інтенсивність праці, роботу у нічний час, святкові дні та суміщення професій	39,1	32,1	31,3	40,2	31,1
Надбавка за професійну майстерність, високі досягнення в праці, виконання особливо важливої роботи	19,2	30,7	38,9	18,6	28,2
Моральні форми заохочення					
Колективний захід за кошти роботодавця	41,0	57,9	64,3	41,2	54,9
Просування кар'єрою драбиною	34,4	39,1	59,1	32,3	41,3
Оголошення подяки	30,0	42,9	51,2	26,5	48,9
Нагородження цінним подарунком	12,6	32,3	37,7	19,2	27,6
Нагородження Почесною грамотою	19,4	24,3	27,0	24,4	25,7

З моральних форм найчастіше реалізується заохочення шляхом колективного заходу за кошти роботодавця, просування кар'єрою драбиною та оголошенням подяки ФФ. При цьому організація колективного заходу менш притаманна північному та західному регіонам, а просування кар'єрою драбиною характерніше для східного регіону. Оголошення подяки та нагородження цінним подарунком менш властиве північному і західному регіонам, тоді як нагородження Почесною грамотою відмітило найменше число респондентів, але приблизно однакова їх кількість в усіх регіонах країни.

Висновки. На підставі аналізу результатів анкетування ФФ, встановлено, що роботодавцями залежно від регіону застосовуються різні форми заохочення ФФ та з різною частотою.

Малініна Н.Г., Чегринець А.А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Рекомендації щодо підвищення ефективності управління персоналом в аптечних закладах

malinina_nata@ukr.net, krutskih_ann@ukr.net

Вступ. Сьогодні структура ефективної системи мотивації персоналу аптеки – це один зі найбільш складних процесів у менеджменті. Основні показники, які варто врахувати для розробки системи мотивації персоналу в аптечних закладах: 1. Мета (ціль) системи управління персоналом. 2. Оцінка діяльності спеціалістів фармації. 3. Правильна мотивації керівника (менеджера). 4. Ефективна робота зі персоналом.

Мета дослідження. Надати рекомендації щодо підвищення ефективності управління персоналом в аптечних закладах.

Матеріали та методи: кабінетні та польові методи маркетингових досліджень: аналіз Інтернет-сайтів, контент-аналіз публікацій у наукових і практично-орієнтованих медичних і фармацевтичних виданнях, метод експертних оцінок анкетного опитування, графічний метод, системний та порівняльний аналіз.

Результати дослідження показали, що сьогодні вважаються одними із найважливішими заходами, які тісно пов'язані з удосконаленням ефективності управління персоналом в аптечних закладах є система мотивації, яка повинна здійснюватися за наступними напрямками: 1. Аналіз та планування спеціалістів фармації та працівників допоміжного складу (наприклад, розробка кадрової політики та стратегії управління персоналом, аналіз кадрового потенціалу та ринку праці, кадрове планування, прогнозування потреб у персоналі тощо). 2. Підбір та наймання персоналу (проведення співбесід, тестів, анкетування для вияву інтелектуального рівня, професіоналізму, комунікативності та інших необхідних якостей). 3. Оцінювання персоналу (персональна оцінка: рівень знань, умінь та навиків, а також особистої відповідальності; оцінка виконаної

роботи та її результатів). 4. Організація навчання та підвищення кваліфікації спеціалістів фармації (навчання персоналу, перепідготовка та підвищення кваліфікації, організація кадрового зростання, реалізація службово-професійного просування, кар'єрного зростання спеціалістів фармації, робота зі кадровим резервом). Співробітник, який пройшов навчання, повинен бути підвищений на посаді або на нього необхідно покласти додаткові посадові обов'язки, які б супроводжувалися підвищенням оплати праці. Також в аптечних закладах на постійній основі повинні проходити заходи: внутрішнього навчання: 1) теоретичні навчання – навчальні програми: тренінг, семінар; програми орієнтовані на нового співробітника; 2) практичні навчання – управління проектами, заміщення керівника (менеджера) під час відпустки, стажування, ротація, зміна посади, робота у різних підрозділах); 3) самонавчання, а саме: виконання самостійних завдань, ознайомлення зі професійною навчальною літературою, періодичним виданнями, інформацією зі веб-сайтів, приймати активну участь у конференціях, презентаціях тощо. 5. Атестація та ротація кадрів (проведення заходів, спрямованих на виявлення відповідності результатів діяльності, якостей і потенціалу особистості спеціалістів фармації та вимогам, які висуваються до виконуваної роботи). Керівник (менеджер) зі підбору персоналу на етапі співбесіди фіксує інформацію про кар'єрні і професійні плани кандидата і передає отримані дані до відділу кадрів аптечного закладу. Чим вище позицію займає співробітник, тим більше повноважень він має, і відповідно тим більшим обсягом знань, навичок і умінь він повинен володіти. При досягненні співробітником певного професійного рівня треба дещо змінювати в його діяльності, щоб у нього не знизилася мотивація, бажання працювати та розвиватись. 6. Управління оплатою праці (сутність заробітної плати має велике значення: для працівників – це основне джерело їх доходів, засобів відтворення його робочої сили та підвищення рівня добробуту; для роботодавця – це затратувані їм кошти на приваблювану по найманню робочу силу, що становить одну зі статей витрат як собівартості виробленої продукції або послуг у цілому, так і на робочу силу зокрема). 7. Мотивація персоналу (розробка системи

мотивації та оплати праці, участь персоналу в прибутках і капіталу аптечної організації). 8. Облік співробітників аптечних закладів (облік прийому, переміщення, винагород, звільнення, організація ефективного використання персоналу, управління зайнятістю персоналу та кадрове діловодство). 9. Організація трудових відносин в аптечних закладах (оцінювання виконання персоналом своїх функціональних обов'язків, формування у співробітників почуття відповідальності, аналіз та регулювання групових і міжособистісних відносин, управління виробничими конфліктами та стресами, соціально-психологічна діагностика, встановлення норм корпоративної культури). 10. Створення належних умов праці (безпечні умови праці для спеціалістів фармації та працівників допоміжного складу, дотримання норм соціально-психологічного клімату тощо). 11. Соціальний розвиток (організація харчування, медичного обслуговування, відпочинку та культурно-оздоровчих заходів, управління конфліктами та стресами, організація соціального страхування). 12. Кадрова безпека (запобігання впливу на економічну безпеку аптечного закладу за допомогою ліквідації чи зниження ризиків і різноманітних загроз). 13. Правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом (вирішення правових питань трудових відносин, підготовка нормативних документів, забезпечення необхідною інформацією всіх підрозділів).

Встановлено, що основними рисами сучасного процесу підвищення ефективності управління персоналом є: розширення повноважень персоналу, спільне прийняття рішень і створення позитивного соціально-психологічного клімату в колективі аптечного закладу, розвиток кар'єрного росту для спеціалістів фармації тощо.

Висновки. Управління персоналом ефективно настільки, наскільки успішно спеціалісти фармації аптечних закладів використовують свій потенціал для реалізації поставленої перед ними мети (цілей), і наскільки ця мета (ціль) є досягнутою.

Пасєчна Д.С., Посилкіна О.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Сучасні інструменти розробки стратегії розвитку фармацевтичної компанії в умовах мінливого середовища

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Для успішного функціонування в умовах ринкових умовах фармацевтичним компаніям (ФК) необхідно адекватно реагувати на мінливість та невизначеність економічного середовища. Адаптація компаній до зовнішнього середовища має здійснюватися в рамках сформованої стратегії розвитку. При цьому необхідно не лише своєчасно реагувати на зміни середовища, але й передбачати глобальні економічні перетворення. Отже, стратегія розвитку ФК має ґрунтуватися на прогнозуванні наслідків таких перетворень. Таким чином, вдосконалення процедур моделювання поведінки ФК під впливом як внутрішнього, так і зовнішнього середовища обумовлює актуальність теми дослідження.

Мета роботи полягає в побудові сучасної системи управління розвитком ФК на підставі використання технології KPI (Key Performance Indicator) і побудови стратегічної карти розвитку компанії.

Методи дослідження: загальнонаукові; контент-аналізу, економіко-математичного моделювання та ін.

Основний матеріал дослідження. Стратегічне управління являє собою процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керівництво компанією, визначають специфічні цілі діяльності, розроблюють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, які постійно розвиваються і змінюються.

Якщо зазвичай система планування будувалася за ланцюжком Стратегія - Бюджет - Планування і Ухвалення рішень - Оцінка і коректування, то Key Performance Indicators будується за принципом Стратегія - Key Performance

Indicators - з подальшим впливом стратегії на 4 найважливіших перспективи (компетенції), які Нортон і Каплан позначили як: Фінанси; Споживачі; Внутрішні процеси; Навчання і Розвиток.

Запропонована нами методика управління стратегічним розвитком ФК на основі КРІ включає такі етапи: визначення цілей оцінки; відбір ключових показників ефективності; розрахунок ключових показників; розрахунок комплексних показників за компетенціями: фінанси, споживачі, внутрішні процеси, навчання та розвиток; розробка інтегрального показника стратегічного розвитку; розробка рекомендацій щодо удосконалення стратегічного управління розвитком компанії.

Стратегія і місія знаходяться в центрі розробки КРІ-плану. Саме з них витікають стратегічні заходи, і в причинно-наслідковій мережі здійснюється і виявляється причинний зв'язок. Лише в результаті цих формулювань вибрані стратегічні заходи можуть раціоналізувати і ідентифікувати певні перспективи.

При формуванні системи ключових показників для моделювання стратегії розвитку ФК ми дотримувалися таких принципів: забезпечення простоти системи показників; обмеження кількості показників (не більше 7); вимірюваність показників, тобто можливість надання у кількісному вираженні; визначення «питомої ваги» кожного показника, тобто значущості його впливу на ефективність діяльності підприємства в цілому.

На підставі проведеного контент-аналізу нами були відібрані ключові показники за кожною компетенцією, які втілюють вищезазначені принципи та відбивають головні стратегічні пріоритети господарської діяльності ФК.

На основі дослідження тенденцій розвитку фармацевтичного ринку і аналізу діяльності ФК нами були визначені бажані (еталонні) значення ключових показників, які в наступному були використані в якості цільових параметрів при розробці стратегії компанії.

З метою моделювання і вибору стратегії розвитку ФК було побудовано рівняння множинної регресії залежності інтегрального показника стратегічного розвитку від комплексних показників, яке має такий вигляд:

$$I = 0,481 * Y1 + 0,352 * Y2 + 0,871 * Y3 + 0,216 * Y4 - 0,218,$$

де Y1 - комплексний показник розвитку за компетенцією «Фінанси»; Y2- комплексний показник розвитку за компетенцією «Споживачі»; Y3- комплексний показник розвитку за компетенцією «Внутрішні процеси»; Y4 - комплексний показник розвитку за компетенцією «Навчання і розвиток персоналу» .

Модель адекватна, оскільки коефіцієнт кореляції R дорівнює 0,988, значення коефіцієнта детермінації R² дорівнює 0,966, що близько до одиниці. Стандартна помилка дорівнює 0,21.

В подальшому набір показників за відповідними компетенціями (фінанси, споживачі, внутрішні процеси, навчання і розвиток) повинен трансформуватися в систему управління стратегічним розвитком ФК. Для цього стратегія ФК узгоджується з цільовими значеннями показників на більш низьких рівнях управління, що передбачає: врахування стратегічних цілей по кожному пріоритетному напрямку, визначення завдань та ключових індикаторів для кожної стратегічної мети; побудову стратегічної карти ФК, що містить мету по пріоритетних напрямках, визначає причинно-наслідкові залежності між ними.

Висновки. Впровадження запропонованого інструментарія КРІ і методичних підходів прийтиме підвищенню якості і обґрунтованості вибору стратегії розвитку ФК в умовах нестабільного середовища.

Попова І.А., Павлюк К.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Роботизація аптечних закладів: переваги та недоліки

ira_popova_dik@ukr.net

Актуальність дослідження. Протягом деякого часу автоматизація аптек була основною тенденцією в дизайні сучасних аптек. Сьогодні все більше і більше аптек розглядають ефективні способи автоматизації своїх аптек. Такі автоматизовані системи можуть привести до величезних позитивним змінам.

Автоматизація аптек використовується протягом десятиліть для оптимізації процесу видачі ліків як в роздрібних, так і в лікарняних аптеках. Все більше і більше аптек вкладають кошти в роботів-дозаторів, і ця тенденція буде тільки зростати. Недавнє опитування показує, що тільки близько 30-40% аптек у Великобританії запровадили аптечних роботів, і менше 10% повністю автоматизовані.

Метою дослідження є визначення недоліків та переваг роботизації аптечних закладів.

Методи дослідження: У роботі використано: статистичний метод; методи аналізу і синтезу; метод порівняння; системно-аналітичний.

Отримані результати: Автоматизація аптек відноситься до різних машин і технологій, що використовуються для прискорення процесів в аптеці. Основні переваги систем автоматизації аптек полягають в тому, щоб зробити процес видачі більш безпечним, швидким і ефективним. Тим самим вони звільняють фармацевтів і дозволяють їм вирішувати завдання, що вимагають більшої людської уваги.

З появою Covid-19 і, як наслідок, зростанням потреби в підвищенні ефективності аптек, попит на робото-технічні системи у фармацевтичній промисловості збільшується. В одному з недавніх звітів прогнозується, що до кінця 2026 року світовий ринок фармацевтичних роботів досягне 222,40 млн

доларів у порівнянні з 93,37 млн доларів в 2019 році при середньорічному темпі зростання (CAGR) майже 13,2%, згідно з даними Асоціації робототехніки (RIA).

Таким чином, розглянемо основні переваги та недоліки систем автоматизації аптек.

1. Збільшення кількості продукції, що відпускається. Автоматизовані аптечні системи можуть дати значний поштовх бізнесу. Аптеки, які отримали вигоду від автоматизації аптек, повідомляють про збільшення кількості рецептурних препаратів на 50%. Після установки робота, збільшення кількості відпущених продуктів на 10-15% гарантовано.

2. Скорочення часу очікування. Роботи-дозатори в аптеках можуть розподіляти ліки набагато швидше, ніж будь-яка людина. В результаті аптеки, оснащені таким роботом, можуть значно скоротити середній час очікування. Це означає, що не тільки більшу кількість клієнтів може бути обслужено за менший час, але і у фармацевтів залишається більше часу для спілкування з покупцями. Не кажучи вже про значне збільшення задоволеності клієнтів.

3. Поліпшення якості обслуговування. Одна з основних причин, по якій власники аптек не хочуть вкладати кошти в автоматизацію аптек, полягає в тому, що вони побоюються звільнення співробітників. Але це не обов'язково. Роботи-дозатори можуть допомогти фармацевтам звільнитися від повторюваних завдань. Замість цього вони можуть витратити час на те, щоб пропонувати якісні медичні послуги, що вимагають більшої уваги з боку людини. Зрештою, підрахунок і видача таблеток - не найкраще використання часу фармацевтів. Більше часу для приватних консультацій і більше уваги до клієнта веде до поліпшення якості обслуговування клієнтів і підвищення їх задоволеності. І в кінцевому підсумку саме це змушує клієнтів повертатися.

4. Скорочення складських запасів. Більшість роботів-дозаторів працюють за принципом «першим прийшов - першим пішов». Це означає, що менше лікарських засобів застаріє до того, як вони будуть видані. У свою чергу, це дозволить зменшити кількість складських запасів і вивільнить грошовий потік.

5. Безпека. У роботизованій аптеці ліки надійно зберігаються в автоматах. При такій суворій безпеці шанси крадіжки ліків або помилки різко знижуються. Програмне забезпечення відстежує всі дозування, повне відстеження і прозорість.

До недоліків слід віднести тільки те, що автоматизація аптек може дорого обійтися. Ціна на середнього аптечного робота починається від 50000 фунтів стерлінгів, але може досягати 500000 фунтів стерлінгів для більш дорогих моделей. Більш сучасні системи автоматизації аптек зробили покупку робота, що дозує більш рентабельною, але необхідно пам'ятати: вони не можуть повністю замінити фармацевтів.

Висновки. Узагальнюючи вищенаведене, слід відмітити, що автоматизовані аптечні системи і роботи-дозатори, безсумнівно, мають багато переваг. Вони допомагають прискорити процес дозування, зробити його більш безпечним і точним. Але при цьому у них є один головний недолік: вартість. Також слід зазначити, що роботизовані аптечні системи роздачі приносять численні переваги аптекам і пацієнтам, а також ключовим членам команди охорони здоров'я, включаючи фармацевтів і лікарів. Автоматизовані системи володіють великими економічними перевагами і безпекою, вони оптимізують роботу аптек, покращуючи робочий процес обробки даних і створення звітів. Ці технологічні інновації допомогли аптекам залишатися конкурентоспроможними в швидкому розвитку галузі, й вони також принесли користь пацієнтам і лікарям.

Шуванова О. В., Майборода К. В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Дослідження особливостей підприємницької діяльності на фармацевтичному ринку в Харківській області

shuvanovaev@gmail.com

Вступ. Основним змістом ринкових відносин є підприємницька діяльність, пов'язана з здобуванням прибутку вільно і самостійно господарюючими суб'єктами, — юридичними і фізичними особами.

Мета дослідження. Метою дослідження був аналіз складу підприємств, які мають ліцензії на виробництво лікарських засобів (в умовах аптеки), оптової та роздрібно торгівлю лікарськими засобами в Харківській області.

Матеріали та методи. Базою для проведення дослідження був Ліцензійний реєстр з виробництва лікарських засобів (в умовах аптеки), оптової та роздрібно торгівлі лікарськими засобами, розміщений у вільному доступі за посиланням: <http://pub-mex.dls.gov.ua/TradeLicense/TradeLicenseList.aspx>. Були досліджені місця провадження діяльності (МПД). Результати, отримані за пошуком МПД у Харківській обл. були піддані кількісному аналізу.

Отримані результати. За даними Ліцензійного реєстру у Харківській області на підставі діючих ліцензій станом на 1 жовтня 2021 р. працюють 1447 МПД, з яких 1338 мають ліцензію на роздрібно торгівлю ЛЗ, 42 — на оптову торгівлю, 14 — на роздрібно торгівлю і виробництво ЛЗ в умовах аптеки і 8 — на виробництво ЛЗ в умовах аптеки.

Аналіз типів підприємств, які мають ліцензії показав, що 69% МПД належать товариствам з обмеженою відповідальністю (ТОВ), 18% — фізичним особам-підприємцям (ФОП), 6,5% — комунальним підприємствам (КП) і 4,5% — приватним підприємствам (ПП). Якщо порівняти склад суб'єктів, які працюють у м. Харкові та у районах Харківської області, то виявляється, що в межах міста ФОП належать лише 7,5% МПД, а ТОВ — 71%, у той час, частка ФОП серед МПД у Харківській становить 31% , а частка ТОВ — 55%.

Висновки. Проведений аналіз показав, що найбільша частка МПД у Харківській обл. належить ТОВ, другу позицію обіймають ФОП. Існує певна диспропорція у розподілі власників МПД у м. Харкові та у Харківській обл., яка відповідає загальним тенденціям в Україні.

Шуванова О. В., Юр'єва Н. В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Аналіз застосування методів управління аптечними закладами

shuvanovaev@gmail.com

, Аптечні заклади (АЗ) як організації охорони здоров'я виконують завдання забезпечення населення лікарськими засобами, медичними виробами та іншими товарами аптечного асортименту. Для ефективного виконання цих завдань необхідним є підвищення якості управління, при цьому можуть застосовуватися як прямі, так і непрямі методи управління.

Мета дослідження. Метою дослідження був аналіз застосування окремих методів управління АЗ в Україні.

Матеріали та методи. Основою для проведення аналізу були публікації у фаховій літературі з приводу застосування методів управління АЗ.

Отримані результати. За результатами опублікованих досліджень серед прямих методів управління найбільш часто застосовуються економічні. У багатьох АЗ практикують почасово-преміальну форму оплати праці, яка забезпечує високу мотивацію співробітників на досягнення стратегічних цілей компанії. Є привабливими для персоналу АЗ і періодичні матеріальні заохочення та подарунки до свят, які пропонує компанія. Серед соціально-психологічних методів застосовуються: особистий приклад, спонукання, похвала, прохання, вимога та переконання. З адміністративних методів найчастіше застосовують на практиці: розпорядження, наказ, вказівки та інструкції. Серед непрямих методів управління АЗ одним з найбільш актуальних є автоматизація (метод кібернетики), яка допомагає підвищити ефективність роботи, швидкість і якість обслуговування клієнтів.

Висновки. Проведений аналіз свідчить про те, що управління АЗ здійснюється з допомогою поєднання адміністративних, економічних і соціально-психологічних методів управління, але на думку експертів, економічні методи здатні найбільш істотно підвищити трудову активність персоналу.

Якименко В. О., Посилкіна О.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Удосконалення методичних підходів до діагностування антикризового потенціалу фармацевтичного підприємства

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Основна місія фармацевтичних підприємств (ФП) полягає у забезпеченні населення країни якісними та безпечними лікарськими засобами (ЛЗ), призначеними для лікування певних захворювань, профілактики та (або) підтримки здоров'я. Проте, навіть така надзвичайно важлива галузь як фармація сьогодні потерпає від криз різного характеру (політичних, військових, епідеміологічних). Кризові ситуації несуть потенційну загрозу негативних змін фінансових показників чи погіршення іміджу ФП, що в свою чергу, може перерости у реальну загрозу втрати ринкових позицій та навіть банкрутство. Це потребує від менеджменту ФП своєчасної розробки і впровадження обґрунтованої антикризової стратегії для забезпечення умов безперервної і ефективної діяльності. Розробка такої стратегії в багатьох опирається на результати оцінки антикризового потенціалу (АП) ФП, що і обумовлює актуальність теми нашого дослідження.

Метою дослідження є визначення особливостей антикризового управління на ФП і обґрунтування методичних підходів до діагностування їх АП

Методи дослідження: історичний, абстрактно-логічний; монографічний, системного аналізу тощо.

Основний матеріал дослідження. Проведений аналіз дозволив виявити такі особливості антикризового управління, притаманні ФП:

1. Оскільки фармація – всебічно регульована галузь, розроблена ФП антикризова стратегія не може порушувати вимог чинного законодавства і Належних практик щодо виробництва, клінічного та до клінічного дослідження ЛЗ, їхньої реєстрації, фармаконагляду і процесів просування.

2. При обранні антикризової стратегії для ФП необхідно звертати увагу на стадію життєвого циклу підприємства і причини виникнення криз.

3. Через значну нестачу спеціалістів у фармацевтичній галузі реалізація антикризової стратегії не повинна супроводжуватись втратою кваліфікованих кадрів на підприємстві.

4. Впровадження антикризової стратегії жодним чином немає порушувати принципи соціально відповідальної діяльності ФП.

5. Нерідко топ-менеджерам ФП не вистачає необхідних знань для об'єктивної оцінки фінансового стану підприємства і виведення його з кризи. Отже актуальним є залучення до роботи професіоналів з антикризового менеджменту, які поєднують знання з економіки, фінансів, ризик-менеджменту із знаннями щодо соціально-економічних особливостей діяльності підприємств фармацевтичної галузі.

Як вже зазначалося, важливою умовою формування зваженої антикризової стратегії ФП є об'єктивна оцінка його АП, під яким ми розуміємо інтеграцію його внутрішніх ресурсів і ефективне використання організаційно-економічних механізмів для протистояння впливам зовнішніх негативних чинників, що забезпечує можливість оперативного упорядкування і збалансування всіх сторін господарської діяльності підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища . У формалізованому вигляді АП ФП можна представити за допомогою формули:

$$АП = f (V, Y, F, I, L, M, In, K), \quad (1.1)$$

де f - функціональна залежність; V - виробничий потенціал; Y - потенціал антикризового управління; F - фінансовий потенціал; I - інвестиційний потенціал; L - логістичний потенціал; M - маркетингово-комунікаційний потенціал; In - інноваційний потенціал; K - кадровий потенціал.

Для діагностування АП ФП нами запропонований алгоритм, представлений на рисунку.

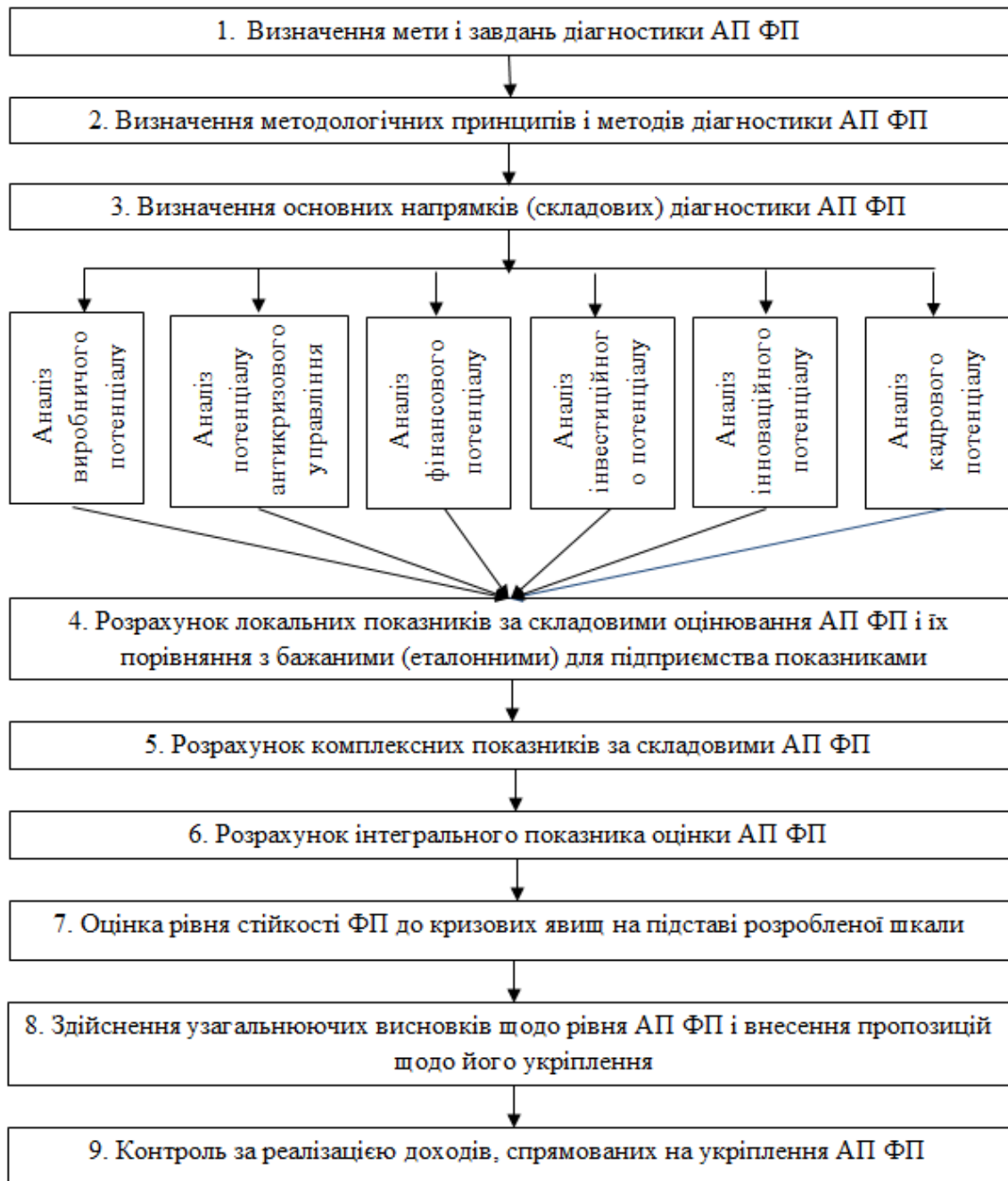


Рисунок Запропонований алгоритм діагностики АП ФП

Висновки. Антикризова стратегія ФП покликана вирішувати суперечності та неузгодженості між його цілями, наявними можливостями та впливом (зазвичай негативним) внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. Проте кризу набагато легше запобігти, аніж її подолати. Одним із інструментів профілактики кризових станів ФП є моніторинг його АП, який дозволяє оцінювати рівень стійкості підприємства до кризових явищ і своєчасно розробляти і впроваджувати необхідні запобіжні заходи.

Секція 8 Результати наукових досліджень здобувачів вищої освіти

Бабак І. С., Братішко Ю. С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Управління інноваційним розвитком компанії

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Сучасна економічна дійсність формує нові реалії інноваційних процесів, відображаючись в інноваційній діяльності, які широко вивчаються для забезпечення стабільності інноваційного розвитку підприємств у цілому і їхніх систем. Більшість провідних фармацевтичних підприємств України вже усвідомили безальтернативну необхідність переходу до інноваційної моделі розвитку. Система управління інноваційним розвитком підприємства покликана вирішити інноваційні проблеми, що нагромадилися, оздоровити підприємство в цілому, дати йому шанс на економічне зростання.

Метою дослідження є розробка засад управління інноваційним розвитком фармацевтичних компаній в Україні для зростання їх конкурентоспроможності.

При виконанні дослідження були використані методи: контент-аналізу, наукового синтезу, узагальнення, спостереження, експертного опитування, порівняльного аналізу, метод моніторингу, угруповання, вимірювання, кластеризації, таксономічного, кореляційно-регресійного аналізу, метод побудови трендів, статистичний аналіз, розрахунок аналітичних показників та ін.

Інноваційна діяльність сьогодні потребує значних витрат, що обумовлено наукомісткістю інноваційних продуктів.

Суб'єктами фінансування інноваційної діяльності можуть бути самостійні підприємства, інноваційні фонди, банківські установи, інтегровані фінансово-промислові структури, територіальні органи управління, а також приватні особи. Створення системи фінансування інноваційних процесів є важливим і актуальним завданням держави загалом.

Однак способи та методи його вирішення мають істотні відмінності на державному рівні та на рівні окремих підприємств.

Система фінансування інноваційної діяльності на рівні держави покликана забезпечити такі завдання:

- створення необхідних передумов для швидкого і ефективного впровадження технічних новинок в усі ланки господарського комплексу країни, забезпечення її структурно-технологічної перебудови;
- збереження і розвиток стратегічного науково-технічного потенціалу в пріоритетних напрямках економічної діяльності;
- створення необхідних матеріальних умов для збереження і розвитку наукового потенціалу країни, запобігання відпливу наукових кадрів за кордон.

Ці завдання можуть вирішуватися шляхом прямого бюджетного фінансування, надання грантів недержавними організаціями та фондами, через створення інституційно-правових умов, за яких заохочувалося б фінансування науково-дослідних робіт комерційними структурами.

Система фінансування інноваційної діяльності на рівні окремих суб'єктів підприємницької діяльності націлена передусім на фінансування інноваційних проектів, що забезпечують зміцнення конкурентних позицій підприємств.

Вихідні принципи, на основі яких будується система фінансування інновацій:

- чітка цільова орієнтація, що сприяє швидкому і ефективному впровадженню інновацій;
- логічність, економічна обґрунтованість і юридична захищеність прийомів і механізмів залучення інвестицій; збільшення кількості джерел фінансування;
- комплексність і гнучкість, що передбачає здатність одночасно фінансувати заплановані технічні та технологічні нововведення, ефективно перерозподіляючи грошові потоки.

Система фінансування інноваційного розвитку фармацевтичної галузі повинна бути багаторівневою та многоканальною, як наведено на рис. 1.

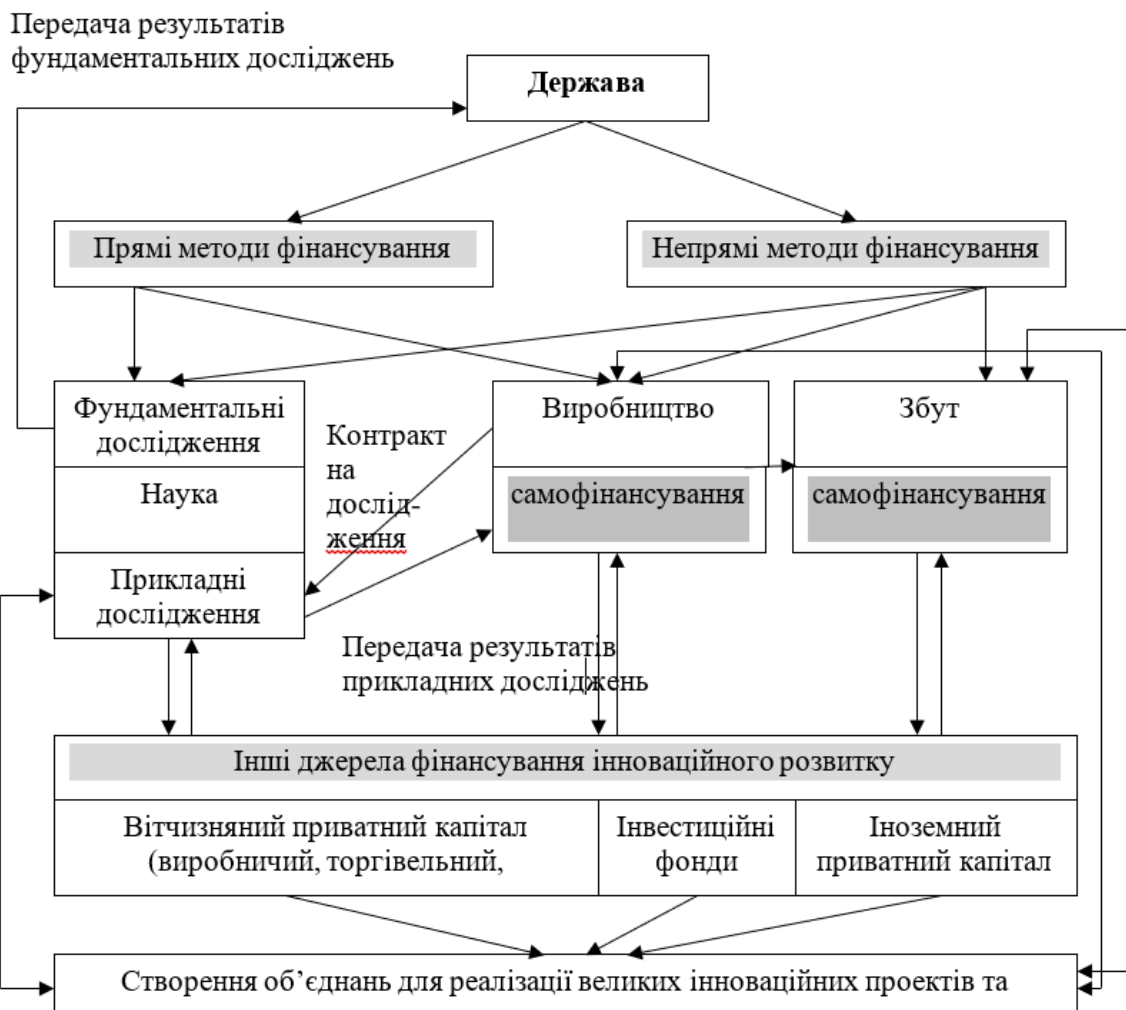


Рис. 1 Многоканальна система фінансового забезпечення інноваційного розвитку фармацевтичної галузі

В основу її побудови повинні бути покладені такі принципи: емергентність, досягнення синергетичного ефекту, динамічність, відкритість, стійкість та ефективність.

Висновки. Впровадження інновацій має ціллю підвищення результативності та ефективності господарювання. Інвестиції в інноваційну діяльність передбачають такий рівень їх прибутковості, який був би не меншим, чим віддача від вкладення вільних фінансових коштів на депозити. Інвестування інноваційної діяльності здійснюється на основі розроблених інноваційних програм або проєктів.

Баєва О. І., Хоменко В. С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Теоретико-методологічні основи формування інституціональної теорії

olgaivanovnabaeva@gmail.com

Вступ. Інституціональна теорія постала особливим напрямом соціально-економічного сегмента суспільних наук. Дослідження інституціональних ознак економіки фокусують увагу на проблемах, які оцінюють процесні взаємодії суспільно-економічного розвитку. Сьогодні існує потреба розвитку вітчизняної економічної науки через опрацювання концепцій інституціональної теорії.

Мета дослідження. Розглянути теоретико-методологічні основи формування інституціональної теорії.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використовувалися методи опрацювання інформації, системно-історичний аналіз.

Отримані результати. Україна, вступивши на шлях розбудови ринкових відносин, зіштовхнулася з проблемами інституціонального характеру, серед яких: 1) повільна адаптація ринкових інституцій та інститутів; 2) незадовільна модифікація старих і формування ринкових інститутів; 3) неузгодженість ринкових інституцій та інститутів з традиційними; 4) відсутність комплексного бачення концептуальних засад інституціонального забезпечення розвитку економіки й ринку. Проблема інституцій потребує більш ґрунтовного розкриття у теоретичному, методологічному та організаційному плані. Існує нагальна потреба розвитку вітчизняної економічної науки через опрацювання концепцій інституціональної теорії [Шпикуляк О. О. Інституціоналізм як методологія міждисциплінарного синтезу].

Терміни «інституціоналізм», «інституціональна економічна теорія» вперше застосував В. Гамільтон у 1918 році, а інституціоналізм як економічна теорія займав домінуюче положення у США до початку 40-х років. Засновником інституціоналізму є Т. Веблен, який започаткував соціально-психологічну конституцію інституціоналізму. Ідейним підґрунтям наукового пошуку Т.

Веблена було твердження про те, що рушійною силою прогресу економічного буття, а значить ринку, виступають традиції, ментальність, усталені стереотипи поведінки індивіда. Саме означені інституції, або «правила гри» він вважав основою розвитку економіки. Майже одночасно із соціально-психологічною виникла соціально-правова концепція інституціоналізму Джона Коммонса, в основі якої правові аспекти взаємодії груп індивідів в економічній системі. З положень концепції Дж. Коммонса стало зрозумілим і прийнятним для суспільства цілком і повністю організовувати та закріплювати будь-які взаємодії з правовими нормами (інститутами). За цією теорією правовий інститут постав вихідною базою регулювання суспільно-економічного розвитку суспільства. Ще один напрям інституціоналізму – кон'юнктурний – започаткував У. Мітчелл. В основі цієї концепції – інституції ринку, зокрема інститут кон'юнктури, планування, державного регулювання, циклічності розвитку бізнесу і економіки.

Інституціональна парадигма в економічній теорії почала формуватися як науковий напрям у кінці XIX – на початку XX століття, на стику соціології, права, економіки, соціології, психології та філософії. Фундаментальним принципом цього напрямку є твердження, що важливою, системоутворюючою складовою економіки є інститути у формі структур, порядку, що приймає форму закону або установи, а також інституції – «правила гри», звичаї, порядок, традиції, які спільно консолідують обмеження і стимули суспільного буття. Інституції та інститути формують предметне поле досліджень даної проблематики на макро- і мікрорівні, визначають вибір підходів до емпіричної оцінки правил гри в економіці, суспільстві за певної системи організації, традицій, норм та правил.

Нова інституціональна теорія сформована дослідженнями Дж.М. Ходжсона, Ф.А. Холіска, Д. Норта, Є. Ріха, А. Сена, Е. де Сото, розглядаючи інституції та інститути, звернула увагу на індивіда як економічну субстанцію, концентруючись також на поведінкових аспектах.

Інституціональна теорія як науковий напрям поглиблює вчення про людей і суспільство в системі розвитку економічної думки і соціального управління.

Розгляд інститутів (організацій) та вивчення суспільних змін в широкому розумінні дозволяє виділити: державні та фінансові інституції як формальні установи, які організують і контролюють економічні процеси в країні (уряд, центральний банк, комісія з ринку цінних паперів тощо); і неформальні інститути широкого контексту, що акумулюють ринкову культуру, менталітет нації, історичні, релігійні, етнічні традиції, соціальні, сімейні цінності та установки, застосовані суспільством норми поведінки, звичаї, ставлення до природи тощо [Радіонов Ю. Д. Інституціональна теорія як інструмент дослідження бюджету].

Інституціональна теорія виділяє не тільки інститути як правила гри, обмеження, певні установки, а розглядає інституції (організації) як формальні установи з відповідним управлінським апаратом, удосконалюючи правила гри в суспільстві і підвищуючи стандарти, де формуються більш якісні умови життя людей, паралельно змінюючи інституції і застосовуючи диверсифікацію діяльності підприємств, організацій, їх реструктуризації тощо.

Інституціональна наука долучилася до економічних теорій як аспект дотичний до розв'язання економіко-соціальних проблем суспільства постіндустріального типу.

Інституції та (або) інститути впливають на суспільно-економічні процеси як традиції, суспільні, індивідуальні і державні норми, організації та структури. Вони структурують людську і організаційну взаємодію, здійснюючи координацію обміну. Інститути покладено в основу ефективності економіки.

Висновки. Інституціоналізм сформувався як напрям економічної науки на основі консолідації теорії ринку і механізмів функціонування соціально-економічних процесів у господарській структурі суспільства в результаті тривалої еволюції минулого та сучасного. Інституціональна теорія досліджує економічні, суспільні, правові правила поведінки суб'єктів, організаційні обмеження сформовані людьми.

Баєва О. І., Твердохліб А. О.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Теоретичні аспекти трансформаційних процесів в Україні та світі

olgaivanovnabaeva@gmail.com

Вступ. Розвиток світової економіки супроводжується суцільними різномасштабними трансформаціями. Трансформаційні процеси, що відбуваються в економіці країни, впливають на економіку її регіонів та механізми управління їх конкурентним розвитком.

Мета дослідження. Дослідити теоретичні аспекти щодо трансформаційних процесів.

Матеріали та методи. У процесі дослідження використовувалися методи опрацювання інформації, системно-історичний аналіз.

Отримані результати. Аналіз трансформаційних процесів в економіці на макrorівні повинен спиратися на їхні емпіричні прояви та теоретичну основу. Емпіричними проявами трансформаційних процесів на макроекономічному рівні слугують зміни у виробничих силах та відносинах між ними, у сферах економічного відтворення (виробництво, розподіл, обмін, споживання), у видах та поширенні форм власності у суспільстві та відповідні соціально-економічні явища, що відбуваються протягом порівняно стислого періоду часу [Надточій І. І. Трансформація бізнес-процесів в системі забезпечення конкурентного розвитку територій].

Випадками емпіричних проявів трансформаційних процесів у економіці на макrorівні є роздержавлення власності та приватизація підприємств у 90-ті роки ХХ століття в Україні, олігархізація та тінізація української економіки протягом 2000-2010 рр., велика економічна депресія 1929-1934 рр. у США, стрімкий розвиток та криза ІТ-сектору у США протягом 1995-2001 рр. у США, «вивезення» реального сектору економіки з країн Європи та Північної Америки до країн Азії протягом 1970-1990 рр. тощо. Емпіричні прояви трансформаційних процесів є різними за тривалістю часу, географічною локалізацією, кількістю

охоплених суб'єктів, але їх об'єднує одне – всі вони ілюструють серйозні структурні зрушення у економічних відносинах між різними суб'єктами, представляють собою значні зміни, які торкаються значної кількості осіб однієї або декількох країн, мають значні економічні наслідки у вигляді перерозподілу власності, капіталу, істотної зміни фінансових результатів тощо.

Теоретичну основу трансформаційних процесів в економіці на макрорівні складають декілька груп теорій.

Змістовний внесок у дослідження теорії трансформації внесли науковці: Е. Тоффлер, Д. Белл, Дж. Гелбрейт, Н.І. Гражевська, С.В. Філіппова та інші.

Практичне значення теорій трансформації має декілька аспектів. По-перше, з'ясовані її основні закономірності, що дозволяють зрозуміти динаміку окремих параметрів (об'єм виробництва, норма прибутку, капіталовкладення) та спробувати виявити умови збалансованого переходу.

По-друге, визначаються кордони адаптації та ті критичні значення тиску на систему, при яких стрибок стає незворотнім. Один із головних принципів, на якому будується теорія трансформації, це взаємозв'язок єдності просторової та часової організації системи.

Однією із теорій сьогодення з дослідження трансформацій є теорія економічної трансформації. З 80-90 рр. ХХ ст. різко підвищилась увага до проблем економічної трансформації, коли міжнародне економічне та політичне суспільство зіткнулося з принципово новим колом таких проблем – посткомуністичною трансформацією. Теорію економічної трансформації в науковій літературі ще називають транзитологією.

Березняк В. Ю. С., Братішко Ю. С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Побудова ефективної системи кадрового менеджменту на підприємстві

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Побудова системи кадрового менеджменту на підприємстві починається із розробки кадрової політики, яка закладає основу ефективності цього процесу.

Метою дослідження є розробка засад кадрового менеджменту підприємства. При виконанні дослідження були використані методи: контент-аналізу, наукового синтезу, узагальнення, спостереження, експертного опитування, порівняльного аналізу, метод моніторингу, угруповання, вимірювання, таксономічного, кореляційно-регресійного аналізу, метод побудови трендів, статистичний аналіз, розрахунок аналітичних показників та ін.

Кадрова політика розробляється власниками організації, вищим керівництвом, кадровими службами для визначення генерального напрямку і засад роботи з персоналом, загальних і специфічних вимог до них.

Основними цілями кадрової політики є: своєчасне забезпечення організації персоналом необхідної якості у достатній кількості; забезпечення умов реалізації передбачених трудовим законодавством прав і обов'язків громадян; раціональне використання трудовою потенціалу; формування і підтримування ефективної роботи трудових колективів.

Різновидами кадрової політики є добір та наймання кадрів, їх навчання, оцінювання та просування, мотивування, соціальне управління персоналом. Дослідники визначили загальні принципи кадрової політики, до яких можна віднести справедливість, послідовність, дотримання трудового законодавства, рівність і відсутність дискримінації. Чинники, які впливають на формування кадрової політики, поділяються на зовнішні (трудове законодавство, взаємовідносини з профспілками, стан економічної кон'юнктури, перспективи

розвитку ринку праці) та внутрішні (структура і цілі організації, територіальне розміщення, використання технології, виробнича та управлінська культура).

Механізм реалізації кадрової політики – це система планів, норм і нормативів, організаційних, адміністративних, економічних, соціально-психологічних та інших заходів для вирішення кадрових проблем і задоволення потреб організації (підприємства) в персоналі.

Розробка кадрової політики організації здійснюється шляхом виконання наступних етапів:

1. Нормування – узгодження принципів і цілей роботи з персоналом із стратегічним розвитком організації.

Заходи на цьому етапі можуть включати наступне:

- проведення аналізу корпоративної культури, стратегії і стану розвитку організації;
- виявлення можливих змін цілей роботи з персоналом;
- описання вимог до працівників, можливостей їх зростання та розвитку здібностей.

2. Програмування – розробка програми, шляхів досягнення цілей кадрової роботи з урахуванням умов та можливостей змін ситуації.

Заходи на цьому етапі можуть включати наступне:

- розробка системи заходів досягнення цілей у формі документу;
- розробка програми добору персоналу через різні джерела з використанням засобів масової інформації або своїх співробітників;
- розробка опитувальних анкет для проведення співбесіди при відборі та прийнятті на роботу.

3. Моніторинг персоналу – розробка процедур діагностики та прогнозування кадрової ситуації.

Заходи на цьому етапі можуть включати наступне:

- проведення аналізу стану кадрового потенціалу;
- розробка програми постійної діагностики та конкретних заходів щодо розвитку знань, умінь та навичок персоналу;
- здійснення оцінки ефективності кадрових заходів.

Бондарєва І.В., Самофал В.В., Софронова І.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Оцінка організації роботи завідувачів аптек

fmm@nuph.edu.ua

Вступ. В останні роки на тлі постійного браку кадрів в аптечній індустрії змінилися вимоги до фармацевтів. Сьогодні їх робота включає не тільки знання фармакології та законодавчої бази, до них висувають вимоги щодо володіння сучасними технологіями продажів, їх здатність приймати рішення, їх організованість і відповідальність.

Метою дослідження є оцінка організації роботи завідувачів аптек.

Матеріали та методи: анкетування, аналіз, системний, графічний, спостереження.

Отримані результати. Виявлено, що завідувачі аптеками зосереджені в основному на виконанні організаційних і контролюючих функцій і значно меншу увагу приділяють управлінню персоналом і роботі з контрагентами аптечної організації, вважаючи ці функції прерогативою працівників центрального апарату аптечної мережі. Проведення хронометражу дозволило виявити нерациональність використання завідувачем свого робочого часу. Основним заняттям керівників аптек виявилася робота за комп'ютером (21%), що включає в себе переважно формування заявки на ліки та інші фармацевтичні товари, оформлення товару, що надійшов, роботу з документами. Також багато часу завідувачі витрачають на обслуговування відвідувачів, розбирання і розміщення товару (13%), спілкування з персоналом (12%) та на регламентовані перерви (11%). Визначено, що на телефонні дзвінки завідувачі витрачають 9% свого часу, 8% — на спілкування з медичними представниками, 5% — на підготовчо-заклучну роботу, 3% — на нерегламентовані перерви, 2% — прийом товару від постачальника.

Висновки. Таким чином проведено оцінку організації роботи завідувачів аптек.

Братішко Ю. С., Полянський Я. Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Актуальність створення системи соціально-економічної безпеки в компанії
yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. У сучасних умовах соціально-економічна безпека набуває першочергового значення, оскільки вона дає орієнтири для прийняття основних соціально-економічних рішень. Окрім того, соціально-економічна безпека держави має значний вплив на діяльність вітчизняних підприємств, які постійно стикаються із значною кількістю ризиків, дія яких призводить до значних втрат і збитків. У таких умовах все більшу увагу приділяють дослідженням основних факторів впливу та визначенню шляхів забезпечення системи соціально-економічної безпеки підприємства (СЕБП).

Метою дослідження є розробка засад формування та управління системи соціально-економічної безпеки на підприємстві. При виконанні дослідження були використані методи: контент-аналізу, наукового синтезу, узагальнення, спостереження, метод моніторингу, угруповання, вимірювання, кластеризації, таксономічного, кореляційно-регресійного аналізу, метод побудови трендів, статистичний аналіз, розрахунок аналітичних показників та ін.

Соціально-економічна безпека підприємства – це системна захищеність його діяльності від негативних впливів внутрішнього і зовнішнього середовища, а також здатність швидко ліквідувати різні варіанти загроз чи пристосуватися до існуючих умов, що не позначаються негативно на діяльності підприємства.

Функціональні складові соціально-економічної безпеки підприємства – це сукупність основних напрямків його безпеки, що істотно відрізняються один від одного за своїм змістом. Загальна схема процесу організації соціально-економічної безпеки включає такі дії (заходи), що здійснюються послідовно або одночасно: формування необхідних корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, інформації, технології та устаткування); стратегічне прогнозування та планування соціально-економічної безпеки за функціональними складовими;

стратегічне планування фінансово-господарської діяльності підприємства; тактичне планування соціально-економічної безпеки за функціональними складовими; оперативне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства; здійснення функціонального аналізу рівня соціально-економічної безпеки; загальна оцінка досягнутою рівня соціально-економічної безпеки. Тільки за умов здійснення в необхідному обсязі зазначених дій (заходів) можна досягти належного рівня СЕБП. Складовими структури СЕБП є: фінансова складова; інноваційно-інтелектуальна складова; кадрова складова; техніко-технологічна складова; політико-правова складова; інвестиційна складова; екологічна складова; інформаційна складова; силова складова.

До основних завдань СЕБП належать: захист законних прав та інтересів підприємства і його співробітників; збір, аналіз, оцінка даних і прогнозування розвитку обстановки; вивчення партнерів, клієнтів, конкурентів, кандидатів на роботу в компанії; своєчасне виявлення можливих ризиків для підприємства і його співробітників з боку зовнішніх джерел; недопущення проникнення на підприємство структур економічної розвідки конкурентів, організованої злочинності й окремих осіб із протиправними намірами; протидія технічному проникненню в злочинних цілях; виявлення, попередження й припинення можливої протиправної й іншої негативної діяльності співробітників підприємства на шкоду його безпеці; захист співробітників підприємства від насильницьких зазіхань; забезпечення збереження матеріальних цінностей і відомостей, що становлять комерційну таємницю підприємства; пошук необхідної інформації для вироблення оптимальних управлінських рішень із питань стратегії й тактики економічної діяльності; фізична й технічна охорона будинків, споруджень, території й транспортних засобів; формування серед населення й ділових партнерів сприятливої думки про підприємство, що сприяє реалізації планів економічної діяльності й статутних цілей; відшкодування матеріального й морального збитку, завданого в результаті неправомірних дій організацій і окремих осіб; контроль ефективності функціонування системи безпеки, удосконалення її елементів.

Венгрин Н. М., Кричковська А. М.

Національний університет «Львівська політехніка», Львів

Конкурентоспроможність та імпортозаміщення на фармацевтичному ринку України

nazarii.m.venhryn@lpnu.ua

Вступ. Сьогодні, як ніколи, в період економічної кризи, викликаній пандемією Covid-19, необхідно підтримувати вітчизняну промисловість. Фармацевтична промисловість України - одна з найперспективніших галузей виробництва. Про це свідчить впевнене зростання фармринку в період глобальної економічної кризи. Починаючи з 2010 року українські фармацевтичні підприємства, згідно наказу МОЗ, були зобов'язані переобладнати свої виробничі цехи до стандартів GMP. Тому, метою став аналіз статистичних даних щодо конкурентоспроможності та рівня імпортозаміни ліків сучасного вітчизняного фармацевтичного ринку.

Матеріали та методи. Матеріалами слугували статистичні дані щодо функціонування вітчизняного фармацевтичного ринку. Використовувались методи: мета-аналіз, статистична обробка даних, аналіз та моделювання.

Отримані результати. В топ-10 компаній за обсягами аптечний продаж на українському фармринку представлено 5 вітчизняних виробництв, серед яких лідером є українська компанія АТ «Фармак» (рис. 1). З цього можна зробити висновок, що на вітчизняному фармринку переважають українські виробники, а, отже, це свідчить про високу конкурентоспроможність вітчизняних компаній [1]. Перспективним шляхом розвитку вітчизняного фармацевтичного виробництва є розвиток експорту ліків та медичних виробів. Аналізуючи динаміку експорту української фармацевтичної продукції за останні 10 років можна зробити висновок, що економічна криза 2014-2015 рр. все-таки вплинула на його зростання і, відповідно, станом на 2019 рік, хоч рівень стабільно зростає, але ще не досягнув докризових показників (рис. 2) [2].

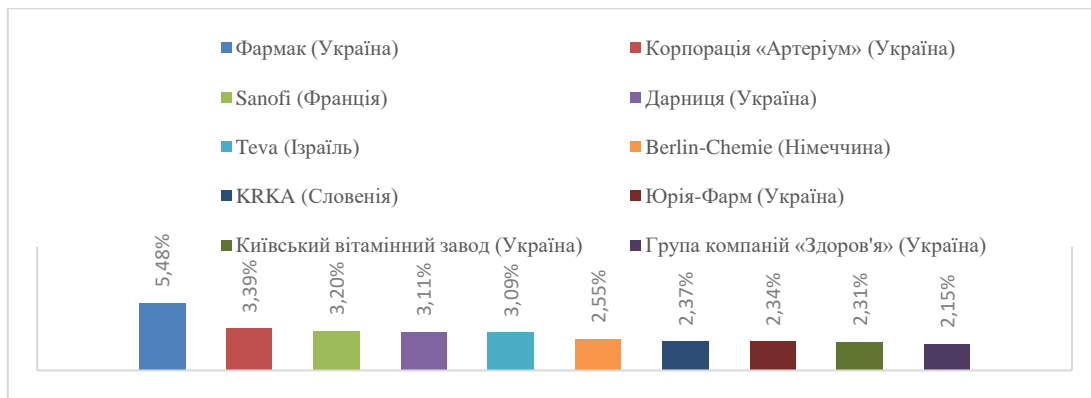


Рис. 1. Топ-10 фармацевтичних компаній за обсягами аптечних продаж, 2019 р., частка від ринку, %.

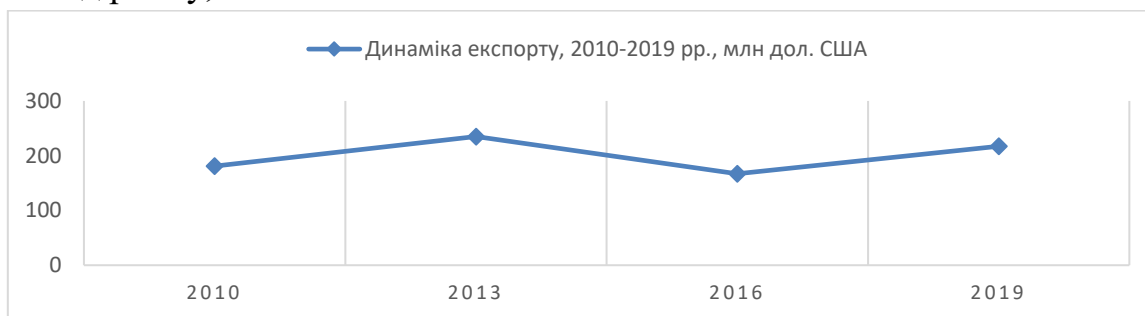


Рис. 2. Динаміка експорту за 2010-2019 рр., у млн. дол. США.

Серед 10 країн, лідерів експорту з України, станом на 2019 рік, є два досить перспективні напрямки, які можна в подальшому розвивати: Бразилія - великий потенціал за населенням (понад 200 млн.) та подальшим розвитком експорту в Латинській Америці; Литва - член ЄС, плацдарм для подальшого розвитку експорту в інші країни члени ЄС (рис. 3) [2]. Проведений нами аналіз Державного Реєстру лікарських засобів та формулярів чотирьох відділень ЗОЗ дозволив встановити перелік ліків, які потребують імпортозаміщення в першу чергу. Кардіологія: Дабігатрану етексалат, Ривароксабан, Апіксабан, Тикагрелор, Фенофібрат. Гастроентерологія: Отилонію бромід, Бутилскополамін. Ендокринологія: Емпагліфлозин. Ревматологія: Гідроксихлорохін. Однак, порівнюючи формуляри ЛЗ 2018 та 2021 року ряд імпорتنних препаратів отримали вітчизняні аналоги. Серед таких ЛЗ можна виділити 5 препаратів: 1. Івабрадин - виготовляється на київському заводі АТ «Фармак» під торговою назвою «Брадіум», випускається у двох дозуваннях: 7,5 мг та 5 мг.



Рис. 3. Топ-10 напрямків експорту ліків з України за 2019 р., у млн. дол. США.

2. Периндоприл – виготовляється на трьох українських фармвиробництвах: ФК «Мікрохім» під торговою назвою «Алітер», дозування 4 мг та 8 мг; ПрАТ «Дарниця» під торговою назвою «Періндопрес», дозування 4 мг та 8 мг; Корпорація «Артеріум» під торговою назвою «Пренелія», дозування 4 мг та 8 мг. 3. Ітоприду гідрохлорид – виготовляється на АТ «Київський вітамінний завод» під торговою назвою «Мотоприд». 4. Монтелукаст – виготовляється на ПАТ НВЦ «Борщагівський ХФЗ» під торговою назвою «Монтел». 5. Еторикоксиб – виготовляється на ФК «Здоров'я» під торговою назвою «Еторикоксиб-Здоров'я» [3, 4].

Висновки. Багато препаратів імпортуються з інших країн і не мають аналогів вітчизняного виробництва, саме тому, імпортозаміщення є актуальним. Вітчизняні фармацевтичні компанії є досить конкурентоспроможними не лише на українському фармацевтичному ринку, але й закордоном.

Література. 1. Кірсанов Д., Аптечний ринок України за підсумками 2019р.: Helicopter View URL: www.apteka.ua/article/531429. 2. Служба статистики України, Д. [Електронний ресурс]: сайт/Держстат України. Електрон. текстові дані. – [Київ], 2019. 3. Держаний формуляр лікарських засобів. Випуск десятий / [за заг. ред. М. Л. Аряєв, Г. М. Бутенко, Ф. С. Глумчер та ін.]. – 2018. – 1222 с. 4. Держаний формуляр лікарських засобів. Випуск тринадцятий / [за заг. ред. О. Л. Апіхтіна, В. Г. Бебешко, Н. О. Волошина та ін.]. – 2021. – 1274 с.

Гудзенко О. А., Братішко Ю. С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Сучасні підходи до визначення сутності та значення самоменеджменту

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. В умовах сьогодення посиленням конкурентної боротьби спричинена необхідність пошуку компаніями таких конкурентних переваг, які б забезпечили стабільне положення на ринку і дозволили досягти ефективності діяльності у довготривалій перспективі. Одним із дієвих шляхів рішення цих завдань є удосконалення окремих аспектів управління персоналом, а саме побудова ефективної системи самоменеджменту.

Метою дослідження є вивчення теоретичного викладу поняття «самоменеджмент», а також методологічна розробка основних принципів і практичних етапів удосконалення управління системи самоменеджменту.

При виконанні дослідження були використані методи: контент-аналізу, наукового синтезу, узагальнення, спостереження, експертний метод, метод моніторингу, угруповання, вимірювання та ін.

Самоменеджмент – це відносно новий напрям у менеджменті, що виник приблизно 30 років тому. Він належить до галузі управлінських знань і досліджує безпосередньо особистість. Його виникнення та розвиток обумовлені потребами суспільства, соціальних інститутів і особистості (рис. 1). Проведений аналіз методик управління часом, незважаючи на наявні в них відмінності, дозволяє виділити наступні основні етапи використання тайм-менеджменту в практичній діяльності керівника, які визначені Лукашевич Н. П.: 1. Першим кроком при створенні системи управління власним часом є визначення цілей діяльності як на короткий, так і на тривалий період.

2. Другий етап – інвентаризація часу, хронометраж. Облік часу повинен завжди доповнюватися систематичним аналізом, що дозволяє оцінити рівень організації часу. Основним методом аналізу є порівняння фактичних витрат часу по кожному виду робіт з нормативними.

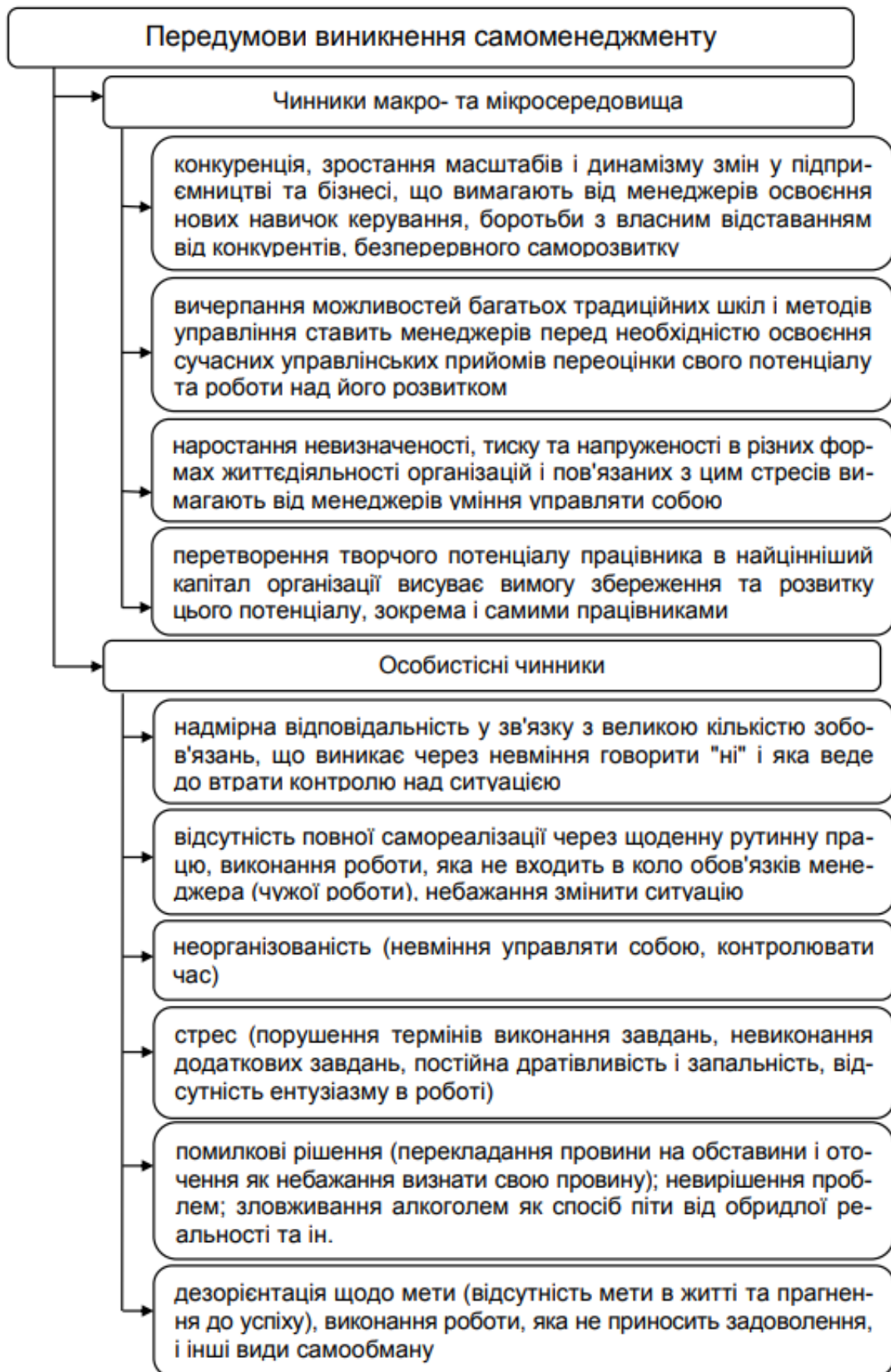


Рис. 1. Передумови виникнення самоменеджменту, визначені Лукашевич Н. П.

3. Завершальний етап – планування завдань і управління пріоритетами. Дуже корисно відмітити в нім головне, і почати роботу саме з найважливіших, пріоритетніших завдань.

Після опанування простих методів планування можна переходити до складніших форм управління завданнями, якщо їх буде потрібно конкретному менеджеріві. Ефективність реалізується за допомогою задоволення інтересів і потреб персоналу (можливість особистої самореалізації, оплата праці, її зміст, задоволеність спілкуванням з колегами та ін.). До того ж, соціальна ефективність має два основних виміри: орієнтація на роботу і орієнтація на відносини з іншими людьми.

Отже, самоменеджмент дає можливість керівникові підприємства визначитися з процесом управління з точки зору оптимізації власних управлінських завдань, побудувати власні процеси стратегічного та тактичного управління, отримуючи значно кращі результати праці. Це вимагає інноваційного підходу у безпосередній роботі керівника підприємства та підвищеному впливі на колектив, що зобов'язує мотивувати, розвивати та навчати підлеглих.

Самоменеджмент має перспективи розвитку, якщо до соціального управління залучаються талановиті люди, які завдяки своєму інтелекту і творчому потенціалу здатні створити умови для досягнення головної мети соціально відповідальної організації – це підвищення якості життя його працівників.

Впровадження самоменеджменту персоналу необхідно розпочинати з всебічної діагностики колективу та особливостей організації, де він запроваджується. Це дозволить сформулювати досяжні цілі, визначити, в яких колективах і якими шляхами розвивати самоменеджмент.

Висновки. Регулярний моніторинг рівня розвитку та ефективності самоменеджменту персоналу дозволить генерувати і впроваджувати адекватні методи розвитку та регулювання цього процесу.

Гур'єв Р.С., Гладкова О.В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Організаційно-економічний механізм управління конкурентним потенціалом фармацевтичного підприємства

greenviper999@gmail.com

Вступ. Проблема організації ефективного управління конкурентним потенціалом є однією з найважливіших проблем удосконалення механізмів управління конкурентоспроможністю підприємств. Економічні процеси здійснюють вплив на діяльність усіх суб'єктів господарювання, зокрема, на фармацевтичні підприємства (ФП). Існуюче законодавство України надало економічним господарським суб'єктам більше прав та свобод. Однак, не всі вітчизняні ФП здатні до формування ефективного конкурентного потенціалу та ведення конкурентної боротьби. За таких умов, для кожного ФП виникає необхідність розробки та формування механізмів підвищення власного конкурентного потенціалу, а також вдосконалення шляхів його активізації. Через те питання формування та реалізації механізмів підвищення рівня конкурентоспроможності ФП слід вважати актуальними та своєчасними.

Метою даного дослідження є дослідження основних теоретичних аспектів формування організаційно-економічного механізму управління конкурентним потенціалом ФП.

Організаційно-економічний механізм управління ФП є сукупністю організаційних та економічних важелів, що впливають на економічні та організаційні параметри системи управління ФП, що сприяє формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективності ФП в цілому.

У сучасних умовах стратегія управління конкурентоспроможністю ФП вимагає радикальності перетворення в галузі інформаційних технологій. Успішне вирішення завдань сприяє збільшенню конкурентоспроможності фармацевтичної продукції, ефективності та результативності поведінки на ринку, своєчасне

виявлення потенційного конкурента, забезпечує багатоваріантне планування та фінансові розрахунки тощо.

Для практичного виконання цього завдання необхідна відповідна технологічна та кадрова підтримка, створення автоматизованих систем відповідних служб, робочих місць. Тобто перехід до нових комп'ютерних технологій, що дозволить об'єднати в єдиному інформаційному полі основні техніко-економічні послуги ФП з подальшим підключенням до мережі інших підрозділів, тобто створенням такої інформаційної моделі ФП, яке б комплексно відображало всі господарські операції, а також різні зв'язки. Отже, можна зробити висновок про організаційно-економічний механізм діяльності ФП. Система управління конкурентоспроможністю є відображає комплекс дій з підвищення конкурентоспроможності ФП.

Організація управління і планування господарської діяльності ФП, заснована на аналізі конкурентоспроможності, дозволяє підвищити його адаптивність, конкурентні переваги і результати господарської діяльності і, як наслідок, підвищити його стійкість, гнучкість і виживання як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

Політика конкуренції передбачає, перш за все, підвищення конкурентоспроможності ФП, це можливо лише завдяки застосуванню принципово нових підходів до розуміння та оцінки конкурентоспроможності ФП. Важливими складовими є розробка та впровадження інтегрованої системи управління конкурентоспроможністю, вибір конкурентної ринкової стратегії для товарного ринку та ринку технологій, орієнтованих на сучасний та правильний шлях, який узгоджується з рівнем мінливості навколишнього середовища в період глобалізації.

Таким чином, необхідно визначити найбільш раціональний спосіб побудови зворотного зв'язку в організаційно-економічному механізмі управління конкурентоспроможністю ФП для його ефективного функціонування та розвитку. Для цього потрібно створити алгоритм управління, сформулювати конкурентоспроможність ФП.

Запропонований авторами алгоритм управління конкурентним потенціалом ФП базується на процесному підході (рис. 1). Цей механізм мав кілька модифікацій, але в результаті апробації зазнав деяких змін. Основний акцент у цьому механізмі робиться на те, що потрібно організації «робити», а потім – як «краще зробити» за

допомогою всебічного опитування та раціоналізації впровадження технологій окремих етапів представленого механізму.

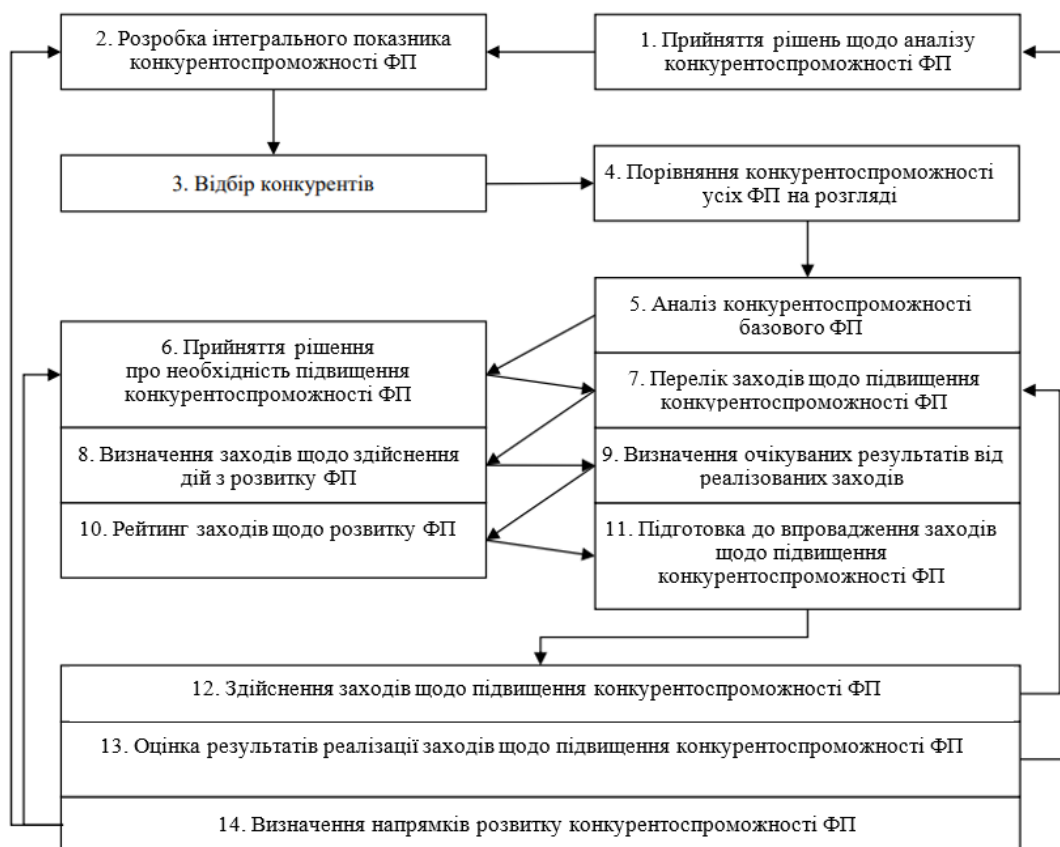


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм управління конкурентним потенціалом ФП

Висновки. Отже, конкурентний потенціал є необхідною умовою досягнення достатньої прибутковості в майбутньому, довгострокової конкурентоспроможності ФП цілеспрямованого забезпечення підвищення конкурентоспроможності з використанням системи ефективного використання конкурентного потенціалу; підвищення рівня конкурентоспроможності ФП як складової загального управління підприємством. Механізми підвищення конкурентоспроможності ФП повинні бути відділені від зовнішнього середовища та водночас враховувати його дестабілізуючий вплив, методи, важелі та інструменти реалізації. З огляду на це, головним завданням в системі управління конкурентоспроможністю ФП є створення механізмів підвищення власного конкурентного потенціалу з чіткою орієнтацією на міжнародному ринку ринкову ситуацію з урахуванням ризиків зовнішнього середовища.

Довгань Т.І, Нініч В.З., Смерічевська С.В.

Національний авіаційний університет, м. Київ

Стан і тенденції розвитку аутсорсингу в світі

5333682@stud.nau.edu.ua

Вступ. Аутсорсинг, до недавніх часів, в основному, використовувався в таких сферах послуг, як, професійні послуги охорони, логістика, виробництво деталей, клінінгові послуги, кейтеринг, управління інфраструктурою, технічне й адміністративне обслуговування споруд, послуги в секторі дозвілля та готельному секторі. Новий виток розвитку розпочався з 2009 року, коли в результаті світової фінансової кризи все більшу важливість аутсорсинг набув у сфері залучення людських ресурсів (HR), високотехнологічної індустрії (IT) [1], операційного функціоналу «білих комірців», широкого спектра фінансових послуг.

Аутсорсинг, як і раніше, набирає обертів, вносячи зміни до способу ведення бізнесу на світовому ринку, як на локальному рівні, так і глобально, зберігаючи за собою позиції зростання протягом останніх десятиліть. Використання компаніями послуг зовнішніх підрядників – фахівців у тій чи іншій галузі, допомагає одночасно підвищити конкурентоспроможність своєї компанії в галузях, що динамічно розвиваються, а також одержати доступ до необхідних професійних ресурсів при певному зниженні власних витрат для вирішення поставлених завдань [2].

Тенденція аутсорсингу, що охоплює руйнівні технології, зберігається. Однак наслідки COVID-19 сигналізують про повернення до основ: скорочення вартості та зниження витрат, з новим акцентом на управління ризиками. Останні звіти глобального опитування аутсорсингу пропонують уявлення про те, як останні стратегії аутсорсингу змінюють галузь та впливають як на провайдерів, так і на клієнтів [3].

Цьогорічні данні показують різке зростання кількості організацій, які надають пріоритет скороченню витрат, і в умовах глобальної рецесії, спричиненої пандемією, ця тенденція аутсорсингу лише набирає сили [5].

Хмарні та роботизовані автоматизації процесів (RPA) - це настільні ставки. Не дивно, що хмарні та RPA -рішення стають основним компонентом більшості нових стратегій та транзакцій аутсорсингу. Насправді, коли вони стають все більш перевіреними та знайомими, вони менш рухаються, ніж два роки тому, і тепер фактично є ставками для всіх перетворень. Організації з нетерпінням чекають наступного великого технологічного каталізатора для розвитку еволюції свого бізнесу. Керування постачальниками недостатньо. Екосистеми третіх сторін складніші, ніж будь-коли, що впливає на дотримання нормативних вимог, безпеку, ризики та вимоги щодо захисту даних. В організацій зростають очікування, що постачальники послуг очолять їхню інноваційну програму. COVID-19 серйозно навантажує ланцюжки поставок організацій. Ця зміна динаміки зробила управління постачальниками більш критичним, ніж будь-коли. Однак у більшості організацій ця функція все ще недостатня. Клієнти повинні більше інвестувати у розбудову своїх можливостей управління постачальниками, щоб керувати новим нормальним та досягати максимальної користі від екосистеми свого постачальника послуг. Спритність є критичною. Зміна бізнес -сценаріїв, посилення візових обмежень та зростання очікувань клієнтів - все це створює імператив для того, щоб постачальники послуг стали більш спритними [4]. Тепер фірми пришвидшать загальний аутсорсинг, коли вони навчатися співпрацювати у світі, де швидкість, якість, гнучкість та вартість важливіші за географію. Щоб залишатися попереду, постачальникам послуг доведеться переосмислити, як вони надають ефективні віддалені послуги, створити рішення plug-and-play, які забезпечують швидку інтеграцію, та укласти договори, які дозволять їм змінюватись у міру розвитку пріоритетів бізнесу [5].

Висновок: Таким чином, безліч видів сучасної роботи може бути передане на виконання поза штатом. Світ змінюється набагато швидше з настанням четвертої промислової революції (Індустрії 4.0), ринок праці піддається

незаперечному впливу, коли більшість робіт спрощується за допомогою технологій; одним з наслідків стає відступлення від звичних урегульованих трудових відносин і структур. Наше робоче оточення і середовище, до яких ми звикли, радикально змінюються вже сьогодні. Нові форми співробітництва можуть вивести правові відносини за межі правового регулювання в тих країнах, які не зможуть вчасно адаптувати своє законодавство для нових бізнес-стратегій, що стрімко розвиваються, у яких часто відсутнє поняття територіальних меж і переважно затребувані таланти для ефективного вирішення поставлених завдань.

Список використаних джерел

1. Аалдерс Р. Аутсорсинг: практическое руководство. М.: Альпина Бизнес Букс, 2003. 470 с.
2. Анікін Б.А. Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций. Москва: Инфра-М, 2003.
3. Смерічевська С. В. Оленев М.М. Тенденції та стратегічні перспективи розвитку ринку ІТ-аутсорсингу в Україні // Проблеми системного підходу в економіці: Збірник наукових праць НАУ- К.: Видавничий дім «Гельветика». Випуск 1 (58) / 2017. С.47-53
4. Смерічевська С. В., Мунтян К. Стратегічне значення та види логістичного аутсорсингу в управлінні ланцюгами поставок // Регіональна економіка та управління. 1 (19) лютий 2018. С.88-92
5. Nyshenko O.V. Business process outsourcing. Problems of social and economic development of business: Collection of scientific articles. Vol. 1. Publishing house «BREEZE», Montreal, Canada, 2014. P. 301–304.

Драч М.С., Гриценко С.І.

Національний авіаційний університет, м. Київ

Заходи для популяризації та розвитку екологістики в Україні

sergiy.gritsenko@gmail.com

Вступ. На сьогоднішній день логістика все ще залишається молодого наукою, що тільки недавно сформувалася, але при цьому вона стрімко розвивається, відкриваючи нові напрямки розвитку даної сфери. Одним із таких напрямків є екологістика, що має на меті прийняття та здійснення оптимальних рішень щодо збору, зберігання та управління утилізацією або необтяжливою для довкілля і суспільства відходів різних видів.

Мета дослідження. Розробка рекомендацій щодо популяризації та розвитку екологістики в Україні.

Матеріали та методи дослідження. Проаналізовано Закон України «Про відходи» та ст. 152 Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо порушень при утилізації відходів. Також були проаналізовані загальні принципи природокористування. У процесі досягнення мети дослідження застосовано методи системного та порівняльного аналізу

Отримані результати. Для популяризації та розвитку екологістики в Україні потрібно підходити з комплексним вирішенням цілого ряду проблем, які розглядає екологія. Необхідно прийняти такі заходи:

По-перше, це розгляд та впровадження додаткової дисципліни в навчальних закладах для розвитку обізнаності в розділі екології як здобувачів освіти, так і майбутніх працівників в сферах, що пов'язані з природокористуванням.

По-друге, це стимулювання підприємств до переходу більш екологічно-безпечного виробництва та надання послуг(субсидії, зниження податків для компаній на декілька років під час переходу на екологічне виробництво).

По-третє, це дотримання балансу при розгляді товару на предмет економічної та екологічної доцільності, що повинно забезпечити стимулювання

підприємства виробляти не тільки економічно вигідний продукт, але також і екологічний.

По-четверте, це перегляд та розширення законів щодо утилізації відходів, законів про природокористування ресурсів, а також перегляд штрафів та відповідальності відповідно до цих законів.

По-п'яте, це перегляд та розширення повноважень виконавчого органу з питань екологічної безпеки та питань правильного природокористування ресурсами, на який буде покладена відповідальність про контроль та виконання законів з четвертого пункту, який буде підпорядковуватися Міністерству захисту довкілля та природних ресурсів України.

Висновки. Отже, наведені заходи, що були представлені можуть допомогти покращити ситуацію щодо популяризації та розвитку екологістики в Україні, але при цьому, не слід забувати про те, що екологічні питання є перш за все майбутніми проблемами, а економічні питання є нагальними, особливо для нашої країни з перехідною економікою. Тому слід розглядати дані заходи з оглядом на майбутнє, а не тільки на теперішній час і впроваджувати їх з дотриманням балансу як економічного, так і екологічного.

Література.

1. Гриценко С.І. Моделювання системи цінностей еколанцюга постачань як домінанта транспортно-логістичних кластерів. Вісник економічної науки України. 2019. № 1. С. 31-34.

2. Гриценко С.І. Стратегія розвитку екологічно спрямованих транспортно-логістичних кластерів блакитного океану. Вісник економічної науки України. 2019. № 2. С. 151-156.

3. Гриценко С.І. Формування екологічно спрямованої діяльності транспортно-логістичних кластерів з використанням інноваційних інтелектуальних технологій. Cluster Policy of Innovative Development of the National Economy: Integration and Infrastructure Aspects : collective monograph. Poznań: Wydawnictwo naukowe WSPIA, 2020. 382 p. (P 335-351).

Калошина С.С., Лісна А.Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

**Напрями удосконалення управління ресурсним потенціалом
фармацевтичного підприємства**

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Розвиток ринкових відносин зумовлює необхідність забезпечення стійкості та конкурентоспроможності підприємств національної економіки і фармацевтичних підприємств (ФП), зокрема. Провідним аспектом їх забезпечення є управління ефективністю ресурсним потенціалом ФП. Необхідність підвищення ефективності ресурсного потенціалу ФП зумовлюється потребами формування нових цілей, принципів та засад, орієнтованих на задоволення потреб та запитів споживачів. Водночас потреба дослідження проблеми управління ефективністю ресурсного потенціалу ФП в умовах ринку зумовлює необхідність всебічного його вивчення та оцінки можливості адаптації до сучасних економічних умов. А недостатність обґрунтування практичних аспектів управління ресурсним потенціалом ФП з метою забезпечення їх сталого розвитку визначили актуальність і спрямованість дослідження.

Метою даного дослідження є визначення основних напрямів підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом ФП.

Ресурсний потенціал грає важливу роль для ефективної роботи ФП, оскільки він є засобом для отримання максимального прибутку і підвищення конкурентоспроможності. Дослідження свідчать, що ресурсний потенціал характеризується сукупністю якостей системи взаємопов'язаних ресурсів та їх мобілізацією в умовах розвитку, досягнення конкурентних переваг з урахуванням впливу зовнішнього середовища. Він бере участь у створенні лікарських засобів (ЛЗ), яка є головним результатом виробничої діяльності ФП, а її реалізація забезпечує прибуток як кінцеву мету підприємства. ЛЗ є результатом втілення ресурсів у ресурсний потенціал, обумовлює його, оскільки вона забезпечує відтворення фармацевтичного виробництва. Оновлення ЛЗ та технології їх виробництва залежить

від інноваційних перетворень на ФП. Впровадження ЛЗ означає приріст обсягів виробництва, економію від зниження собівартості, зростання чистого прибутку. Чим вище науковий і технологічний рівень ресурсного потенціалу і ступінь його використання, тим потужніша матеріально-технічна база ФП, більше можливостей для впровадження інновацій, вдосконалення та збільшення масштабів виробництва.

Підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом, забезпечення його раціонального використання значною мірою пов'язано з проведенням якісних змін у складі ресурсів і з підвищенням ефективності в їх управлінні. Завдання підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом полягає насамперед у вдосконаленні використання й управління ресурсами ФП та в підвищенні їхньої цілісності, яка проявляється у тісному взаємозв'язку. Ресурсам ФП повинен бути притаманний відповідний спектр функціональних характеристик, на основі яких має забезпечуватись компенсація їх дефіцитних властивостей. Важливе значення у підвищенні ефективності управління ресурсним потенціалом ФП має управління матеріальними ресурсами (основними й оборотними засобами).

Для визначення основних напрямів оптимізації складу основних засобів ФП необхідно враховувати потребу в основних засобах за окремими групами основних фондів. Важливою передумовою для створення програми заходів щодо підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом ФП є визначення та проінформованість про поточний стан його виробничої потужності і пропонують використовувати коефіцієнт мобільності основних засобів. Він є узагальнюючим показником активної частини основних засобів, які напряму впливають на виробничу потужність ФП. Тобто чим вищий рівень мобільності основних засобів, тим вищий буде рівень виробничої потужності ФП.

Щодо ефективності використання другої групи ресурсів, то в межах пріоритетних напрямів стратегічної роботи ФП в сфері управління оборотними коштами, конкретними шляхами підвищення ефективності їх використання є: обґрунтоване встановлення норм і нормативів праці; встановлення прямих постійних взаємозв'язків з постачальниками; зменшення вартості застосовуваних у виробництві сировини та матеріалів на основі придбання їх за оптовими цінами чи

заміни дешевшими аналогами тощо. Отже, головним критерієм оптимального використання оборотних коштів на ФП є мінімізація витрат пов'язаних із придбанням, транспортуванням та зберіганням сировини, матеріалів, напівфабрикатів та інших видів виробничих запасів, а також мінімізація залишків незавершеного виробництва, готової продукції та дебіторської заборгованості. При цьому головною проблемою для ФП є необхідність розробки обґрунтованих норм та нормативів за кожним з зазначених елементів. Однак лише за таких умов можна досягти скорочення витрат та прискорення оборотності оборотних коштів.

Вирішальною передумовою підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом ФП є формування ефективної системи мотивації трудових ресурсів. Ефективна система стимулювання високопродуктивної праці, заснована на ринковому мотиваційному механізмі, повинна базуватися на врахуванні основних спонукальних прийомів, які б стимулювали трудовий потенціал до систематичного вдосконалення власної професійної майстерності, підвищення якості його робочої сили, найповнішої реалізації трудової мотивації.

Висновки. Таким чином, існує багато напрямів підвищення ефективності господарської діяльності, однак більш доцільною є розробка заходів щодо покращення результативності господарювання у розрізі таких видів економічних ресурсів, як: основні засоби, оборотні кошти та трудові ресурси. Критерієм ефективного використання основних засобів ФП має стати оптимальне співвідношення між наявним парком обладнання та ступенем його завантаженості. В іншому випадку ФП матиме справу з перевитратами, пов'язаними з утриманням недіючих об'єктів, або із зменшенням прибутку внаслідок задоволення потреб споживачів не повною мірою. Підвищення ефективності використання трудових ресурсів є можливим лише за умови формування якісної системи менеджменту, що в свою чергу передбачає встановлення жорстких вимог до керівників усіх рівнів. Найбільш перспективними напрямами при цьому можуть вважатись – індивідуальний підхід до оцінки потенціалу окремо взятого працівника та постійне підвищення кваліфікації персоналу.

Ковенько Н.Ф., Ковальчук О.М., Лебедин А.М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Дослідження нормативної документації зі стандартизації медичної допомоги хворим на бронхіальну астму в Україні

alla_leb7@ukr.net

Вступ. Згідно з даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ) різноманітні прояви алергічних реакцій і захворювань, реєструються у 8-25 % населення. При цьому протягом останніх десяти років утримується тенденція до їх зростання. Згідно з даними офіційної статистики, близько 50 % жителів країн Європи мають симптоми алергії, серед яких 30 % – діти. Найбільш поширеними алергічними захворюваннями є бронхіальна астма, алергічний риніт та дерматит. Поширеність цих захворювань становить: дерматит – 0,86 %, бронхіальна астма – 0,48-0,5 %, алергійний риніт – 0,54 %.

Серед дітей віком від 5 до 17 років астма є однією з основних причин пропуску шкільних днів. У 2013 році це становило понад 13,8 млн. пропущених навчальних днів. 9,8 % жінок мають астму порівняно з 6,1 % чоловіків. Жінки частіше помирають від астми, ніж чоловіки. Хлопчики частіше хворіють на астму, ніж дівчата 8,4 % хлопчиків мають астму порівняно з 5,5 % дівчат.

Згідно статистичних даних в м. Харкові в 2018 році вперше виявлено хворих на бронхіальну астму – 185 випадків серед дорослого населення, 5 підлітків і 268 дітей.

Мета дослідження. Провести дослідження нормативної документації зі стандартизації медичної допомоги хворим на бронхіальну астму в Україні.

Матеріали та методи. В роботі застосовувались методи: історичний, логічний, структурний аналіз.

Отримані результати. Наказом Міністерства охорони здоров'я (МОЗ) України 08 жовтня 2013 № 868 затверджений уніфікований клінічний протокол первинної і вторинної (спеціалізованої) медичної допомоги при бронхіальній астмі. Клінічний протокол був розроблений відповідно до Методики розробки та впровадження медичних стандартів медичної допомоги на засадах доказової медицини, та затверджений Наказом МОЗ України від № 751 «Про створення та впровадження медико-технологічних документів зі стандартизації медичної

допомоги в системі Міністерства охорони здоров'я України» від 27.09.2012 року та на основі адаптованої клінічної настанови, у якій наведена найкраща практика надання медичної допомоги пацієнтам з бронхіальною астмою.

Положення уніфікованого клінічного протоколу спрямовані на створення єдиної комплексної та ефективної системи надання медичної допомоги пацієнтам з бронхіальною астмою і охоплюють всі етапи надання медичної допомоги. Заходи з своєчасного виявлення захворювання та профілактики дозволяють суттєво поліпшити та зменшити витрати на медичну допомогу.

Міжнародними прототипами для оновлення національного протоколу є такі документи: Global Initiative for Asthma (GINA, 2006-2021); Global strategy for the diagnosis and management of asthma in children 5 years and younger, 2009; PRACTALL (Practical Allergology) Pediatric Asthma Group, 2008; ICON (International consensus on Pediatric Asthma), 2012.

Глобальна стратегія з управління і профілактиці астми (Global Strategy for Asthma Management and Prevention GINA), покликана підвищити обізнаність медичних працівників і суспільства про це захворювання, щорічно публікує оновлені рекомендації, де відображені нові докази, отримані в ході досліджень бронхіальної астми. Актуальність щорічно опублікованих рекомендацій GINA полягає в комплексному підході, який можна адаптувати не тільки до місцевих умов, але і до окремих пацієнтам. Загальна поетапна стратегія лікування визнана в усьому світі, яка базується на Принципах GINA і включає п'ять кроків терапії.

Висновки. Досліджені стандарти надання медичної допомоги хворим на бронхіальну астму в Україні, вивчені нові протоколи і клінічні настанови щодо діагностики і лікування бронхіальної астми. Менеджмент астми базується на безперервному циклі з трьох послідовних дій: оцінка симптомів, лікування і оцінка відповіді на терапію. Відповідно до рекомендацій експертів GINA 2019 року, тактика і види лікування бронхіальної астми розділені на кроки.

Козар Т. В., Деренська Я. М.

*Національний фармацевтичний університет Міністерства охорони здоров'я
України, м. Харків*

Управління ризиками фармацевтичного підприємства

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Перспективний розвиток фармацевтичного підприємства потребує всебічного аналізу зовнішніх і внутрішніх чинників впливу на результати його діяльності, що певною мірою повинно бути відображено у відповідних документах стратегічного менеджменту. Одним з аспектів управління підприємством є ризик менеджмент, розроблення стратегії, політики та методичних вказівок щодо ідентифікації, аналізу, оцінювання та мінімізації негативного впливу ризиків на діяльність підприємства.

Мета дослідження полягає в аналізі особливостей управління ризиками в умовах фармацевтичного виробництва, виявленні ризиків, притаманних діяльності фармацевтичного підприємства.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження слугували публікації вітчизняних і закордонних вчених щодо сутності ризик менеджменту та його складових. Метод аналізу було використано для дослідження видів ризиків, притаманних фармацевтичному виробництву, та прийомів нейтралізації ризиків.

Отримані результати. Серед доволі суттєвого різноманіття видів ризиків, на думку О. Луців, для фармації більшу значущість становлять:

- ризики R&D (перевищення або заниження кошторису витрат, переривання фінансування, негативні результати дослідження чи наслідки застосування лікарських препаратів);
- стратегічні ризики (помилкова стратегія, зміна прогнозованого рівня захворюваності, помилковий вибір цільового сегмента ринку);
- ризики логістики (відсутність необхідної інформації про лікарські препарати у населення та лікарів, неефективна реклама, зміна властивостей чи псування лікарських препаратів у результаті недотримання умов зберігання);

- адміністративний ризик (недостатня кваліфікація персоналу, низька мотивація праці);
- адміністративно-законодавчі (нестабільність законодавчої бази, ризики незабезпечення патентної чистоти, ризики паралельного патентування);
- валютний ризик (коливання курсів валют) [2].

Крім цього, на думку О. М. Євтушенко, З. М. Мнушко, серед усіх ризиків, притаманних фармацевтичній галузі, найбільшу групу становлять комерційні ризики, які також враховують постачальницькі, складські, збутові ризики [2]. Автори наголошують на необхідності врахування соціальних ризиків (недостатня кваліфікація персоналу; несумлінне ставлення до роботи; конфлікти), адміністративно-законодавчих ризиків (у тому числі, недосконалість і нестабільність законодавчої бази, яка регулює фармацевтичну та підприємницьку діяльність).

Фармацевтичній галузі також притаманні специфічні види ризиків, пов'язані з особливостями розроблення, виробництва, зберігання та транспортування фармацевтичної продукції. Серед ключових груп таких ризиків можна виділити:

- не досягнення запланованих параметрів при розробленні лікарських засобів, одержання негативних результатів на стадії проведення доклінічних або клінічних досліджень;
- недостатня патентна захищеність, нелегальна імітація лікарських засобів;
- невідповідність якості лікарських засобів, зміна параметрів лікарських засобів через недосконалість технологічного процесу;
- зміна властивостей через порушення умов зберігання або транспортування;
- виявлення негативних наслідків застосування, неправильне трактування інформації щодо лікарського засобу та ін.

Для запобігання негативного впливу дії ризиків підприємства застосовують або пасивну, або активну стратегію. Перша полягає у відмові від ризикових заходів, проєктів, контрактів, друга – у розробці відповідних

протиризикових прийомів. Серед сукупності прийомів нейтралізації ризиків виділяють такі ключові:

- страхування ризиків (може бути забезпечено самострахуванням – резервуванням ресурсів на випадок настання ризикової події, або зовнішнім страхуванням – з боку страхової компанії);

- диверсифікація ризиків (розпорошення пресингу сукупного ризику між різними учасниками ризикового проєкту, або розмежування ризиків за часом виконання різних заходів).

Висновки. Успішне управління ризиками фармацевтичного підприємства вимагає побудови, підтримки і постійного удосконалення системи ризик-менеджменту, яка забезпечує дієвість і своєчасність реагування на зміни конкурентного середовища, високоефективне прийняття управлінських рішень щодо балансування між високим рівнем ризику та необхідним рівнем прибутковості діяльності підприємства.

Перелік використаних джерел інформації

1. Євтушенко О. М., Мнушко З. М. Ризики у фармації. *Фармацевтична енциклопедія* URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/5711/riziki-u-farmacii> (дата звернення: 08.10.2021).

2. Луців О. Ризик-менеджмент як інструмент управління господарським ризиком у фармації. *Галицький економічний вісник*. 2014. № 2. С. 23-26. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/5190/2/GEB_2014v45n2_Olga_Lutsiv-Risk_management_as_a_management_23-26.pdf (дата звернення: 08.10.2021).

Кутова Н.М.

Медичний центр «Добробут», м. Київ

Удосконалення організаційного забезпечення системи соціальної відповідальності фармацевтичної компанії

Вступ. У наш час все більше експертів говорять про те, що темпи економічного розвитку будь-якої компанії знаходяться у тісному взаємозв'язку із темпами їхнього соціального розвитку. Стійкий економічний розвиток підприємств можливий лише за умови створення ефективної системи управління соціальним розвитком компаній. Отже, сьогодні одним із найбільш ефективних інструментів активізації соціального розвитку фармацевтичних компаній є соціальна відповідальність.

Мета дослідження полягає у комплексному та всебічному дослідженні питань удосконалення організаційного забезпечення системи соціальної відповідальності фармацевтичної компанії.

Матеріали та методи. При написанні роботи були використані такі методи: пошуковий по наявній методичній та науковій літературі із аналізом знайденого матеріалу, індукція і дедукція, з'ясування причинно-наслідкових зв'язків, систематизація та конкретизація.

Результати дослідження. Соціальна відповідальність – це довгострокове зобов'язання компаній поводитись етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи життя співробітників і їх родин, громади й суспільства загалом.

У процесі формування ефективної структури управління соціальної відповідальності фармацевтичної компанії, вирішуються такі завдання:

- визначення типу структури;
- уточнення складу підрозділу з управління соціальною відповідальністю;
- встановлення кількості адміністративно-управлінського персоналу; визначення характеру взаємодії та підпорядкування ланок ФП;
- проведення розрахунків щодо витрат на утримання апарату управління [2].

Проектування організаційних структур базується на певних принципах, серед яких провідне місце займають адекватність дій поставленій меті; доцільна кількість ланок управління і максимальне скорочення часу проходження інформації від вищого керівництва до безпосереднього виконавця; чітке відокремлення складових організаційної структури (склад підрозділів, потоки інформації тощо); забезпечення здатності до швидкої реакції на зміни в

управлінській системі; падання повноважень на вирішення питань тому підрозділу, який найбільше поінформований щодо цього завдання; пристосування окремих підрозділів апарату управління до системи управління організацією в цілому і до зовнішнього середовища. Їх реалізація забезпечується методом структурування цілей (розробка системи цілей і її суміщення зі структурою, яка розробляється) та методом організаційного моделювання (розробка формалізованих математичних, графічних або комп'ютерних моделей розподілу повноважень і відповідальності у фармацевтичній компанії).

У процесі проектування організаційної структури управління соціальної відповідальності фармацевтичної компанії розрізняють три стадії:

- аналітичну (вивчення вимог до їх побудови);
- проектну (проектування (моделювання) такої структури);
- організаційну (організація впровадження вже спроектованої структури) [1].

Висновки. Отже, побудова належної організаційної структури управління соціальної відповідальності у вітчизняних фармацевтичних компаніях ґрунтується на тому, що ця структура сьогодні повинна забезпечувати: надійну, достовірну інформацію про стан соціальної відповідальності як у фармацевтичній компанії, так і в країні; раціональний підбір і розподіл кадрів; забезпечення фінансово-економічної безпеки фармацевтичної компанії. Проектування організаційної структури управління соціальною відповідальністю фармацевтичної компанії має забезпечити дотримання вимог: оптимальності; оперативності; надійності; економічності; гнучкості та стійкості організаційної побудови управління.

Література

1. Братішко Ю. С. Теоретичні та практичні підходи до управління системою соціальної відповідальності у фармації: дис. докт. фарм. наук: 22 / Братішко Юлія Сергіївна. Харків, 2021. 605 с.
2. Розробка методичних підходів до побудови організаційного забезпечення соціально відповідальної діяльності фармацевтичних підприємств. URL: <https://dSPACE.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/19652/1/125-128.pdf>.

Луцюк М. В.

Науковий керівник: доц. Зборовська Т. В.

Національний фармацевтичний університет, Харків

Використання матричного планування при довгостроковому дослідженні стабільності лікарських засобів

marinkalutciuk@gmail.com

Вступ. Стабільність лікарських засобів (ЛЗ) та їх якість тісно взаємопов'язані. Дослідження стабільності ЛЗ в залежності від різних факторів та встановлених термінів придатності – одна з найважливіших проблем, рішенням якої займаються спеціалісти фармацевтичного сектору. Стабільність як показник якості ЛЗ зазначається в Фармакопеї: констатуються такі фактори як випадіння осаду, поява чи зміна забарвлення, зміна рН, та інше. Але це не завжди є обґрунтуванням для встановлення термінів зберігання ЛЗ. Його можна встановити лише на основі проведення досліджень з вивчення стабільності лікарської речовини чи лікарської форми індивідуально.

Дослідження стабільності здійснюють, вивчаючи механізм фізичних та хімічних процесів, що відбуваються при тривалому зберіганні ЛЗ. Кожний ЛЗ має свій термін придатності (термін зберігання), тобто період часу, протягом якого ЛЗ (як очікується) відповідає затвердженій специфікації при зберіганні в умовах, які вказані на упаковці. Постійне спостереження за стабільністю ЛЗ має тривати в ході їх серійного виробництва. Це необхідно для підтвердження або уточнення термінів придатності (переконтролю) і умов зберігання, включених в стандарти якості. З цією метою щорічно на фармацевтичних підприємствах відбираються і закладаються на довгострокове зберігання зразки однієї серії.

Мета проведення довгострокових досліджень стабільності – це отримання даних про зміни якості в часі під впливом різних факторів оточуючого середовища, таких як температура, вологість, світло, а також встановлення періодичності повторних випробувань щодо терміну зберігання ЛЗ та рекомендованих умов зберігання.

Вибір умов проведення випробувань стабільності базується на аналізі впливу кліматичних умов в трьох регіонах світу: Європі, Японії та США.

Основні документи, які регламентують проведення дослідження стабільності ЛЗ є: Настанова з якості. Лікарські засоби. Випробування стабільності та Настанови ІСН:

- Q1A (R2) «Випробування стабільності нових лікарських речовин та препаратів»;
- Q1C «Випробування стабільності нових дозованих форм»;
- Q1D «Брекетинг та побудова матриць при дослідженні стабільності нових лікарських речовин та препаратів»;
- Q1E «Оцінка даних випробування стабільності»;
- Q1B «Випробування стабільності: випробування фотостабільності нових лікарських речовин та препаратів».

Враховуючи вищезазначене, мета нашої роботи полягала в оптимізації проведення процесів довгострокових досліджень стабільності ЛЗ шляхом застосування матричного планування.

Матричне планування – це метод дослідження стабільності, при якому в певний момент часу випробування проводять лише на підгрупі з загальної кількості проб всіх комбінацій факторів. Фактори, за якими можливе групування зразків різні: серії; дозування з пропорційний вмістом; місткість контейнерів та (або) номінальні об'єми при одній і тій самій системі контейнер-закупорювальний елемент. В повній мірі всі фактори повинні бути проаналізовані не менше ніж в 3-х часових точках, включаючи першу та останню. Як визначено в Q1A (R2) «Випробування стабільності нових лікарських речовин та препаратів» метод матриці – це організація схеми вивчення стабільності таким чином, що обрана підмножина від загального числа можливих проб для всіх комбінацій факторів випробовувалася у встановлений час. У наступну часову точку випробовується інша підмножина проб для всіх комбінацій факторів. Дизайн передбачає, що стабільність кожної підмножини випробовуваних проб представляє стабільність всіх проб в дану часову точку.

Відмінності в пробах для одного і того ж лікарського препарату необхідно ідентифікувати як, наприклад, ті що охоплюють різні серії, різні дозування, різний вміст однієї і тієї ж системи контейнер/закупорювання і, можливо в ряді випадків, різні системи контейнер/закупорювальний елемент.

При обґрунтуванні дизайн матриці може застосовуватися, наприклад, до різного дозування, коли змінюються відносні кількості лікарської речовини і допоміжних речовин або коли використовуються різні допоміжні речовини, або до різних систем контейнер/закупорювальний елемент.

В цілому дизайн матриці можна застосовувати, якщо обґрунтовані дані свідчать про передбачувану стабільність. Якщо дизайн матриці визнаний придатним, ступінь скорочення, яку можна зробити по відношенню до повного дизайну, залежить від числа оцінюваних комбінацій факторів.

Чим більше факторів, пов'язаних з препаратом, і чим більше рівнів кожного фактору, тим більший ступінь скорочення можна розглядати. Разом з тим будь-який скорочений дизайн повинен мати здатність в достатній мірі передбачати термін придатності ЛЗ.

Застосувавши метод матричного планування для серій з різним дозуванням обраного ЛЗ передбачає складання плану досліджень стабільності таким чином, що випробовуються зразки лише з граничними значеннями певних показників у ряді в усіх тих точках контролю, що й при проведенні повних досліджень. Для прикладу, був обраний ЛЗ «У», розчин у флаконах з різними об'ємом наповнення 10 мл, 20 мл та 50 мл та з однаковими системами закупорювальних елементів та терапевтичною дією.

Під час довгострокового дослідження очікується низька варіабельність даних та стабільність ЛЗ, що підтверджується фактичними даними зі стабільності дослідно-промислових серій на повний термін зберігання.

Враховуючи вартісний контроль якості ЛЗ вважається за доцільне застосувати план побудови матриць щодо точок контролю. Матриці будуються за наступним планом, факторами якого є різні серії ЛЗ, виготовлені з використанням одного й того ж процесу і обладнання та різний об'єм наповнення для однієї й тієї ж системи контейнер/закупорювальний елемент. Приклад матричного планування для ЛЗ «У» з трьома дозуваннями наведено в таблиці.

«Скорочення наполовину»:

Точки контролю (місяці)		0	3	6	9	12	18	24	36	
Дозування	10 мл	Серія 1	Т	Т		Т	Т		Т	Т
		Серія 2	Т	Т		Т	Т	Т		Т
		Серія 3	Т		Т		Т	Т		Т

	20 мл	Серія 1	Т		Т		Т		Т	Т
		Серія 2	Т	Т		Т	Т	Т		Т
		Серія 3	Т		Т		Т		Т	Т
	50 мл	Серія 1	Т		Т		Т		Т	Т
		Серія 2	Т		Т		Т	Т		Т
		Серія 3	Т	Т		Т	Т	Т		Т

Т – зразок, що досліджується (випробовується)

За наявним прикладом видно, що скорочення складають менше половини і однієї третьої, оскільки в деяких точках контролю включені повні дослідження всіх комбінацій факторів, окрім початкових та фінальних часових точок контролю, в яких були досліджені зразки всіх комбінацій.

При побудові матричного планування «Скорочення наполовину» домоглися скоротити контроль якості серій лікарського засобу за допомогою виключення кожної другої точки контролю, що передбачена планом повного дослідження. Зазначимо, що дані про стабільність з досліджень зі скороченим дизайном необхідно обробляти в тому ж порядку, що і дані досліджень з повним дизайном.

Висновки. Підводячи підсумок, можемо зазначити, що проведений аналіз з використанням матричного планування доводить реальну можливість зниження витрат фармацевтичним підприємством на проведення методів контролю відібраних серій певного ЛЗ з різним об'ємом наповнення, зменшенню використання людських та матеріальних ресурсів, а також зниження кількості зразків ЛЗ для відбору при довгострокових дослідженнях стабільності. Всі ці фактори дозволяють фармацевтичним підприємствам отримати додаткові ресурси на розвиток, а сучасні методики аналізу дають впевненість в достовірності результатів перевірки якості ЛЗ.

Малишкіна М. А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Формування системи ризик-менеджменту фармацевтичної компанії

malyshkina977@gmail.com

Вступ. Ризик-менеджмент – безперервний процес, в якому одночасно на регулярній основі здійснюється виявлення та аналіз ризиків, їх вимір, пошук способів роботи з ними і оцінка ефективності вже прийнятих заходів.

Мета дослідження полягає у виявленні етапів формування системи управління ризиками, аналізі й удосконаленні зв'язків елементів системи ризик-менеджменту.

Матеріали та методи. Дослідження проводилися з використанням даних аптечного складу та методів ризик-менеджменту.

Результати. Побудова моделей для розробки і прийняття управлінських рішень – складна процедура, яка складається з таких основних етапів:

- 1) постановка завдання (формулюється мета майбутнього дослідження);
- 2) визначення критерію ефективності аналізованої ситуації (складається перелік показників, що характеризують досліджувану ситуацію і можливі наслідки прийнятого рішення);
- 3) кількісний вимір факторів, що впливають на досліджувану ситуацію (розробляються оціночні шкали критеріїв);
- 4) побудова математичної моделі досліджуваної ситуації. На підставі інформації про переваги, які характеризують ступінь впливу різних чинників на якість прийнятого рішення, будується основне правило (модель) прийняття рішення;
- 5) кількісне розв'язання моделі і знаходження оптимального варіанту вирішення (формується кілька допустимих варіантів прийнятого рішення, за допомогою побудованої моделі проводиться перевірка можливості використання кожного варіанта для досягнення поставленої мети та вибирається найбільш оптимальний із запропонованих варіантів);

б) перевірка адекватності моделі і знайденого рішення аналізованої ситуації;

7) коригування та оновлення моделі (проводиться при виявленні невідповідностей і відхилень на шостому етапі).

Також проводиться моніторинг та коригування системи управління ризиками.

Моніторинг – обов’язковий елемент системи управління ризиками. По-перше, він потрібен для підтвердження, що отримані результати управління ризиками відповідають очікуваням. По-друге, моніторинг дозволяє своєчасно виявити зміну ситуації і необхідність коригування самої системи. У процесі перевірки реалізації системи управління ризиками, як будь якого процесі контролю, можна виділити три етапи:

1) встановлення стандартів, що визначають критерії, за якими можна судити про успішне управлінні ризиками;

2) порівняння фактичного стану справ з даними стандартами;

3) виправлення тих моментів, які не відповідають стандартам (або при необхідності коригування самих стандартів).

При управлінні ризиками використовують два типи стандартів: оцінки результатів і оцінки діяльності.

Висновки. Система управління ризиками є допоміжною по відношенню до основної діяльності організації, тому на етапі, поки ризики ще не реалізувалися, вона повинна: забезпечувати прийнятний рівень ризику; не створювати невиправданих витрат; не порушувати законність.

Марчук В. Є., Швець А. В.

Національний авіаційний університет, м. Київ

«Розумні» контракти як інструмент удосконалення ринку транспортно-логістичних послуг

shvetsalina217@gmail.com

Ринок транспортно-логістичних послуг – це сфера, яка відіграє значну роль в економічному розвитку держави. Його розвиток характеризується певними тенденціями: посилення впливу глобальних транспортно-логістичних компаній; продовження консолідації ринку; зростання ролі інформаційних технологій і системи передачі даних; прагнення до скорочення транспортного процесу та оптимізація витрат на його ділянках; впровадження нових підходів до управління ланцюгами постачання та зростання ролі інновацій.

Сьогодні ринок транспортно-логістичних послуг активно розвивається через розширення господарських зв'язків і міжнародної кооперації. Основними рушійними силами на ринку логістики є: глобалізація діяльності компаній-клієнтів, їх концентрація на ключових компетенціях і аутсорсинг непрофільних напрямків, прагнення до скорочення розміру логістичного ланцюга й оптимізації витрат на його ділянках, скорочення життєвого циклу продукції й нових підходів до маркетингу та дистрибуції продукту. Ускладнення логістичних рішень шляхом усе більш широкого впровадження ІТ-технологій є однією з тенденцій розвитку світової логістичної індустрії. При цьому рисами сучасного світового транспортно-логістичного сервісу є централізація логістичних функцій, з'являється все більше експедиторів-інтеграторів, поширюється технологія доставки «one-stop shopping», за якою експедитор приймає на себе роздрібну реалізацію і доставку товару та диверсифікація діяльності транспортних компаній. З погляду світового досвіду й сучасних тенденцій розвитку глобального ринку логістичних послуг Україна перебуває на етапі формування й консолідації галузі значно поступаючись західним країнам як за якістю, так і за комплексністю послуг, що надаються національними транспортно-логістичними

компаніями. У той же час в Україні спостерігається висока зацікавленість в розширенні транспортно-логістичних послуг як з боку споживачів, так і з боку логістичних операторів. Підвищення ролі регіонів України як споживачів і одночасно виробників широкого спектру транспортно-логістичних послуг у середньостроковій перспективі буде визначатися збільшенням споживчого попиту й обороту роздрібною торгівлі [1]. Однак темпи зростання вітчизняного транспортно-логістичного ринку невисокі, що обумовлено відсутністю інвестиційних ресурсів та високим ризиком бізнесу.

Нині в Україні активно розвиваються 3PL і 4PL-операційна діяльність. Все більше уваги приділяється передачі на аутсорсинг логістичних функцій торгівельних і промислових підприємств з вхідного, вихідного, а у ряді випадків і з внутрішньовиробничого транспортування, складського зберігання і управління запасами. Без оптимальних рішень транспортних проблем підприємства можуть втрачати значні фінансові кошти, що призведе до невиконання запланованих показників розвитку. Відомо, що при надходженні матеріального потоку у ланцюгу постачань від виробничого підприємства до кінцевого споживача вартість продукції значно зростає. Понад 70% кінцевої вартості продукції включає в себе витрати на зберігання, транспортування і упаковку [2]. Щоб знизити ці витрати транспортні та логістичні компанії використовують у своїй практичній діяльності різні інструменти та методи логістики (рис. 1), а саме:

- S&OP – система планування продажів і операційної діяльності;
- FP&S – система планування технологічних процесів і створення календарних графіків;
- SRM – система керування взаємовідносинами з постачальниками;
- CRM – система управління взаємовідносинами з замовниками;
- TMS – система управління транспортом;
- WMS – система управління складом.

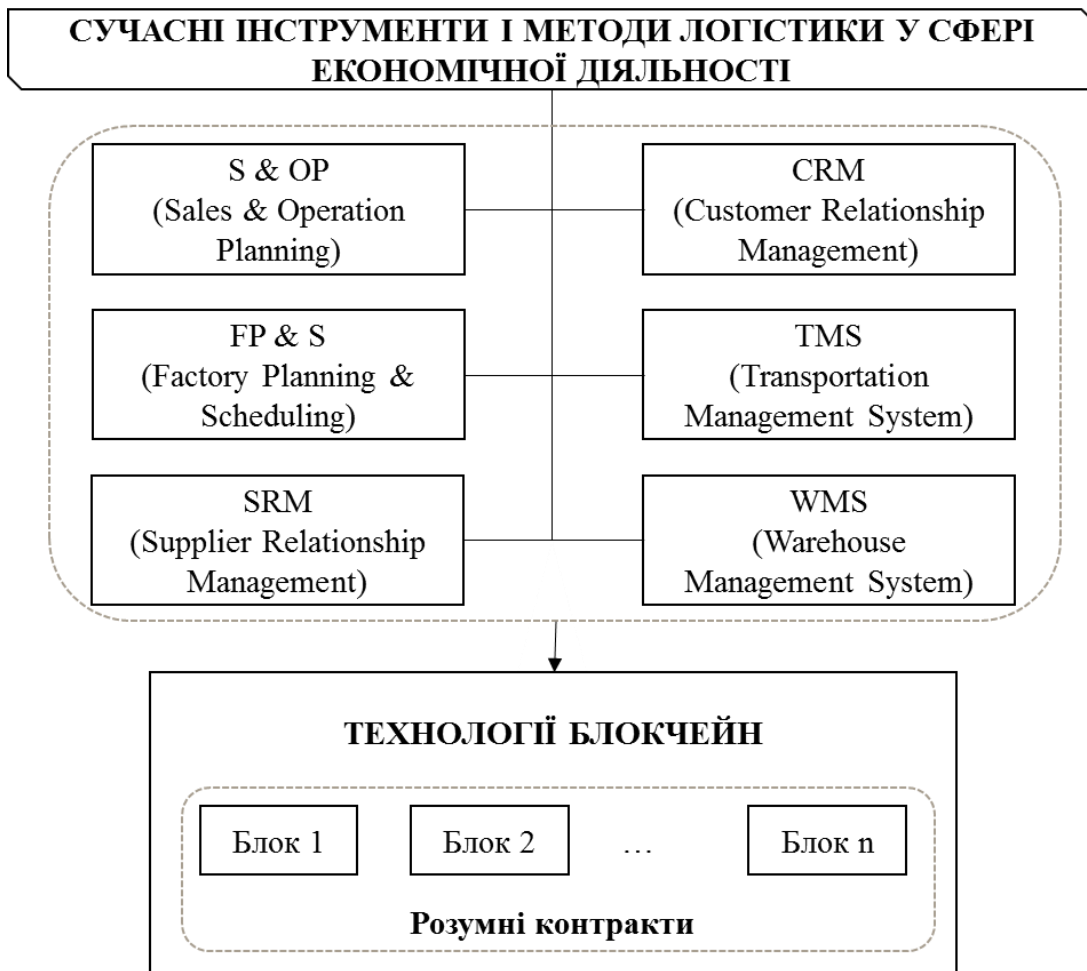


Рис. 1. Сучасні інструменти і методи логістики

Основна задача даних технологій – моніторинг логістичних бізнес-процесів. Це впорядкована і безперервна обробка логістичних даних для виявлення відхилень або розбіжностей між плановими і фактичними значеннями логістичних показників, а також аналіз цих відхилень для виявлення причин розбіжностей.

У сучасних умовах економічного розвитку світової торгівлі, у якій транспортна логістика відіграє першочергову роль, обсяги даних про стан об'єктів управління постійно зростають, що потребує комп'ютерної обробки великих масивів вихідних даних (замовлень, параметрів вантажу, автопарку і т.д.). Отримані дані надходять до центру управління в «закритому» вигляді з супутників і ручна обробка такого потоку інформації стає трудомісткою, що призводить до втрати ефективності прийнятих рішень із збільшенням кількості помилок. Можливим вирішенням цієї проблеми в транспортно-логістичних

системах може стати впровадження технології блокчейн. Блокчейн – це безперервний послідовний ланцюжок блоків, який містить інформацію відповідно до визначених правил. Найчастіше копії ланцюжків блоків зберігаються незалежно один від одного та обробляються на різних комп'ютерах [3]. Технологія блокчейн може вирішувати проблему безпеки в логістиці, а саме запобігти можливості зміни даних і їх фальсифікації. Це пояснюється тим, що всі блоки в цій технології взаємопов'язані і здебільшого не підлягають зміні. Комп'ютерні алгоритми, записані в ланцюжку блоків – розумні контракти, дозволяють автоматизувати багато логістичних бізнес-процесів, що в сукупності зменшує витрати і помилки – так званий вплив людського фактору. Крім того, реалізація технологій блокчейн в транспортно-логістичних системах вигідна для зростання ефективності документообігу, зберігання даних, управління поставками товарів, платіжних систем, електронної комерції, знижує ризики і значно підвищує стабільність. Впровадження технології блокчейн для розвитку транспортно-логістичних систем надає їм значні переваги, а інтеграція транспортної логістики через блокчейн-систему дозволить підприємству систематизувати основні інформаційні потоки на підприємстві, знизити трудовитрати на облік товарних потоків і підвищити безпеку цінної інформації [4].

Отже, діджиталізація та цифрові технології – це спосіб підвищити ефективність галузі та зменшити витрати. Це підтверджують дослідження PwC, які показали, що 54% представників глобальних транспортних компаній в результаті діджиталізації очікують зростання доходів, 16% очікує від цього прибутку і 11% – підвищення задоволеності клієнтів. Діджиталізація може допомогти створити конкурентну перевагу, досягнення нових та утримання існуючих клієнтів у галузі. Цифрові технології також сприяють створенню мультимодальної транспортної системи та стимулюють впровадження інновацій, створюють ринковий потенціал для кооперативного, інтегрованого та автоматизованого транспортування, що призводить до створення багатьох нових робочих місць, дозволяє підвищити безпеку майбутніх автоматизованих

транспортних засобів та їх повної інтеграції в транспортну систему, усунути бар'єри на ринку та полегшити взаємодію між різними електронними системами та технологічними стандартами [5].

Список використаних джерел

1. Транспортно-логістичний бізнес та перспективи його розвитку в Україні.
URL: <http://calculino.info/ru/usefull/articles/id208709>.
2. Швець А.В. Перспективи розвитку транспорту та логістики на платформі блокчейн / А.В. Швець // IV Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні і практичні аспекти» (16-18 жовтня 2019 року) – Херсон: вид-во ФОП Вишемирський В.С. – 2019. С.267 – 268.
3. Borisov A.O., Zakharova N. Perspektivy razvitiia innovatsionnoitexnologii blochnykh tsepei (blockchain), Innovatsionnoe razvitiie rossijskoj ekonomiki: IX Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. Moskva, 25-28 okt. 2016 g. M.: REU im. G.V. Plekhanova, (2016) 229-230.
4. Швець А.В. Управління інформаційною системою транспортно-логістичного підприємства. – Кваліфікаційна робота здобувача вищої освіти кафедри логістики. – Національний авіаційний університет. - Київ, 2021. - 106 с.
5. Зростаюча геополітична невизначеність перевізників та фахівців з логістики. Інноваційні транспортні рішення. URL: <https://www.trans.eu/ua/blog/innovacijni-cyfrovi-rishennia>.

Мішук І.А., Лісна А.Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Процесний підхід до управління як інструмент підвищення ефективності діяльності фармацевтичною компанією

ingamishuk12@gmail.com

Вступ. Аналізуючи й переосмислюючи наявні фундаментальні підходи до управління функціонуванням і розвитком фармацевтичної компанії (ФК) у реальних умовах, фахівці розробляють й обґрунтовують методи управління, що змінюють фундаментальні принципи організації системи управління ФК. Одним із таких підходів є процесний підхід. Все ширше впровадження процесного управління є об'єктивною реакцією на динамічні економічні й технологічні міни в умовах конкуренції й спричиняє фундаментальне перепроєктування ділових процесів на ФК. За процесного підходу акценти зсуваються з управління окремими ресурсами й, відповідно, центрами витрат на управління бізнес-процесами, які воедино ув'язують діяльність усіх взаємодіючих підрозділів ФК. Це підвищує рівень скоординованості виконання виробничо-господарських операцій, сприяє зростанню рівня продуктивності й якості праці та концентрує управління на отриманні кінцевого результату бізнес-процесу. Отже, поліпшення показників діяльності ФК визначається підвищенням ефективності управління бізнес-процесами.

Відповідно до цього, дослідження, присвячене вдосконаленню механізму впровадження процесного управління ФК в умовах впровадження систем менеджменту якості, є актуальним.

Особливості процесного підходу до управління підприємствами різнопланово досліджено в працях вітчизняних і зарубіжних науковців: М. Хаммера, Дж. Чампі, М. Портера, В. Івлева, Т. Попової, С. Дохоляна, С. Ткачової, М. Гвоздя, В. Мицько та ін. Проте за великим різноманіттям підходів до процесу управління підприємствами, формування й впровадження процесного підходу у практику їх діяльності існує низка актуальних і проблемних питань, пов'язаних

із необхідністю формування технологій, методів і механізмів оптимізації управління бізнес-процесами саме на ФК.

Метою даного дослідження є визначення актуальності впровадження процесного підходу до управління ФК.

ФК слід змінювати функціонально-орієнтовану спрямованість, за якої організацію діяльності компанії й управління нею здійснюють за структурними елементами (відділами, управлінськими службами та ін.), а їх співпрацю – через посадових осіб (керівників зазначених служб) і структурних підрозділів вищих ієрархічних рівнів.

Переважає більшість сучасних ФК створена за функціональним або ієрархічним принципом, що засвідчує досконалість і стійкість функціонального підходу до управління компаніями. Однак епоха тотального зростання якості вимагає інших підходів до управління. Застосування процесного підходу припускає наявність налагодженої горизонтальної взаємодії, оскільки всі процесуальні етапи виконуються послідовно, а результат процесу або якість робіт усередині нього перевіряються наступною ланкою процесного ланцюга, що є споживачем продукту, виготовленого попередньою ланкою. За процесного підходу до організації управління ФК виконавці, наділені ширшими повноваженнями, самостійно ухвалюють рішення і несуть відповідальність за отриманий результат, що дає змогу менеджерам швидко й оперативно реагувати на зміну умов, призводить до підвищення їх віддачі та рівня значимості на ФК.

За процесного підходу управлінська увага сконцентрована на системі ділових процесів – бізнес-процесів, що формують прибуток ФК, як наскрізних ланцюгів дій і робіт, що пронизують усю організаційну структуру компанії. Вважають, що термін «процесне підприємство» вперше висунув М. Хаммер, пропонуючи ідею радикальної трансформації схеми операцій сучасної корпорації для підвищення ефективності її діяльності.

Термін «процесний підхід» підтверджено стандартом ISO 9000:2008, у якому зазначено, що для результативного функціонування організації повинні управляти численними зв'язками і взаємодіючими процесами. Систематична

ідентифікація процесів, управління ними та їх постійна взаємодія вважаються процесним підходом. У стандарті зазначено: перевага процесного підходу полягає у неперервності управління, яке він забезпечує на стику окремих процесів у межах єдиної системи, а також за їх комбінації та взаємодії. Процесний підхід до управління ФК дає змогу отримати структуру, вектором діяльності якої є постійне поліпшення якості готової фармацевтичної продукції для задоволення кінцевого споживача й ґрунтується на понятті бізнес-процесу. Таким чином, виходячи з аналізу процесного підходу до управління ФК, можна відзначити такі основні переваги процесного підходу: технологія процесного управління забезпечує прозорість усіх бізнес-операцій, дає змогу аналізувати можливі наслідки збоїв на певному етапі виконання робіт, вчасно знайти і виправити помилки й ефективніше управляти операційними витратами і розподіляти доходи між підрозділами (бізнес-одинацями), що стає однією з основних умов виживання компанії на фармацевтичному ринку.

Висновки. Підводячи підсумки даного дослідження слід зазначити, що процесним підходом до управління ФК є розгляд діяльності компанії як мережі пов'язаних між собою бізнес-процесів, а не сукупності розрізнених функцій, і орієнтація системи управління ФК на управління як кожним бізнес-процесом окремо, так і всіма бізнес-процесами, що охоплюють етапи життєвого циклу фармацевтичної продукції й призводять до створення доданої вартості й цінності для споживача. Тому реалізація процесного підходу припускає переорієнтацію на підставі найкращих практик удосконалення бізнес-процесів організаційної системи ФК на управління результатами, сукупність яких забезпечує підвищення ефективності системи управління і конкурентоспроможності компанії й є пріоритетним у сучасних умовах динамічного ринкового середовища та жорсткої конкурентної боротьби.

Носуліч П.В.

Медичний центр «Добробут», м. Київ

Управління системою соціального репортингу фармацевтичної компанії

Вступ. Необхідність розробки в умовах сьогодення сучасної концепції управління фармацевтичною компанією, головним чином, пов'язана з тим, що розгляд фармацевтичної компанії, лише як економічної системи, яка має за мету виробництво лікарських засобів та максимізацію прибутку, не відображає цілісної суті. Без уваги залишається той факт, що сьогодні фармацевтичні компанії – це ще й об'єкти процесу соціалізації, тобто така соціальна система, в межах якої відбувається реалізація певних інтересів працівників, будь то процес заробляння коштів на самовідтворення, отримання необхідного соціального захисту персоналу чи спілкування. Отже, кожен фармацевтичну компанію слід розглядати як систему, в якій тісно перетинаються економічні та соціальні процеси, які впливають на функціонування та розвиток.

Мета дослідження полягає у комплексному та всебічному дослідженні процесів управління системою соціального репортингу фармацевтичної компанії.

Матеріали та методи. Використано методи пошуку, аналізу та узагальнення даних інформаційних джерел, індукції та дедукції.

Результати дослідження. В умовах ринкової економіки досягнення комерційних цілей фармацевтичними організаціями є результатом правильно побудованої роботи в рамках соціальної відповідальності підприємства. Інтегрування соціальної відповідальності до складу основної ділової стратегії фармацевтичної організації підвищує її привабливість для зацікавлених сторін (стейкхолдерів), в якості яких можуть виступати власники та співвласники підприємства, його співробітники (особливо, якщо вони є акціонерами підприємства), партнери, постачальники, дистриб'ютори, державні служби (фіскальна, банківська, контролюючі органи тощо) [2].

Соціальний репортинг є невід'ємним елементом корпоративної культури, а управління програмами корпоративної соціальної відповідальності в компаніях, орієнтованих на сталий розвиток, забезпечує збалансований економічний, соціальний та екологічний розвиток суспільства. Соціальний репортинг дає конкретизоване і структуроване уявлення про соціально відповідальну діяльність компанії, включаючи і ті види, які не піддаються кількісному виміру.

Публікація компанією соціального репортингу надає їй сприятливі можливості для досягнення важливих цілей:

- забезпечення формування позитивного іміджу, зміцнення суспільної довіри і лояльності до компанії;
- створення сприятливого соціального середовища в регіонах діяльності, підтримка соціальної стабільності;
- підвищення капіталізації компанії в довгостроковій перспективі, зміцнення довіри інвесторів через зниження нефінансових ризиків;
- удосконалення корпоративного управління, виявлення соціальних проблем та оцінка ризиків, підвищення ефективності корпоративних комунікацій.

Підготовка та публікація соціальної звітності компанії свідчить про те, що це не просто технічні звіти про виконану соціальну роботу та здійснені витрати на благодійність. Одночасно зі складанням звіту проводиться значна робота з коригування соціальної діяльності компанії на основі врахування очікувань громадян [1].

Висновки. Отже, соціальний репортинг є ефективним інструментом внутрішньої та зовнішньої політики діяльності компанії. Також він є ефективним засобом підвищення якості управління компанії, дає змогу систематизувати реалізовані соціальні програми та визначити напрями їх подальшого впровадження.

Література

1. Блакита А. В., Поляк Р. С. Нефінансова звітність як інструмент оцінювання соціальної відповідальності бізнесу. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 15. Ч. 4. С. 126–129. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/4/32.pdf.
2. Політика бріджингу в рамках соціальної відповідальності фармацевтичних підприємств. URL: <https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/12800/1/208-210.pdf>.

Оленін В. О., Братішко Ю. С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Проблеми управління соціально відповідальною діяльністю фармацевтичних компаній

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Сьогодні більшість досліджуваних фармацевтичних компаній (ФК) зважають на необхідність реалізації політики соціальної відповідальності (СВ), але, з огляду на проведені дослідження, масштаби зовнішньої СВ є все ж таки більшими, ніж внутрішньої. Тому, сучасним ФК слід більше уваги приділяти не тільки зовнішнім соціальним програмам, а й турбуватись про власний персонал.

Метою дослідження є вивчення проблем управління соціально відповідальною діяльністю (СВД) ФК.

При виконанні дослідження були використані методи: контент-аналізу, наукового синтезу, узагальнення, спостереження, експертний метод, метод моніторингу, угруповання, вимірювання та ін.

Проведені дослідження напрямків соціальної відповідальності фармацевтичного бізнесу (СВФБ) свідчать про існування низки проблем в управлінні СВ ФК (рис. 1): безсистемність та нерегулярність здійснення цієї діяльності, неврахування всіх аспектів та інтересів стейкхолдерів, відсутність належного нормативного та методичного забезпечення, відсутність фахівців (менеджерів) з управління СВ, які традиційно широко використовуються у зарубіжних ФК та ін. Це свідчить про необхідність створення системи управління СВФБ та удосконалення її організаційного забезпечення.

На думку експертів, головними проблемами у сфері СВ в наш час лишаються: теоретична неопрацьованість понятійного апарату (58% відповідей); закритість інформації щодо діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку СФР (72% відповідей); зменшення кількості учасників процесу КСВ (78% відповідей); недостатність фінансування, складність залучення фінансових ресурсів та відсутність пільг щодо кредитування соціальних проектів (81% відповідей);

відсутність національних стандартів соціальної звітності (69% відповідей); низький рівень соціальної активності суспільства, місцевих органів влади та громад, персоналу та керівництва СФР (73% відповідей); недостатність чітко окреслених та законодавчо закріплених привілеїв для соціально відповідальних фармацевтичних організацій (74% відповідей); відсутність сталого конструктивного діалогу зі стейкхолдерами (56% відповідей); орієнтація бізнесу на отримання «швидкого» економічного ефекту та відсутність прагнення здійснювати довгострокові соціальні інвестиції (54% відповідей); недостатній рівень СВ у закладах вищої освіти фармацевтичного (медичного профілю); відсутність у фармацевції компетентних спеціалістів з управління соціальною відповідальністю (79% відповідей); відсутність традицій соціально відповідальної поведінки в українському суспільстві (65% відповідей) та інші (рис. 1).

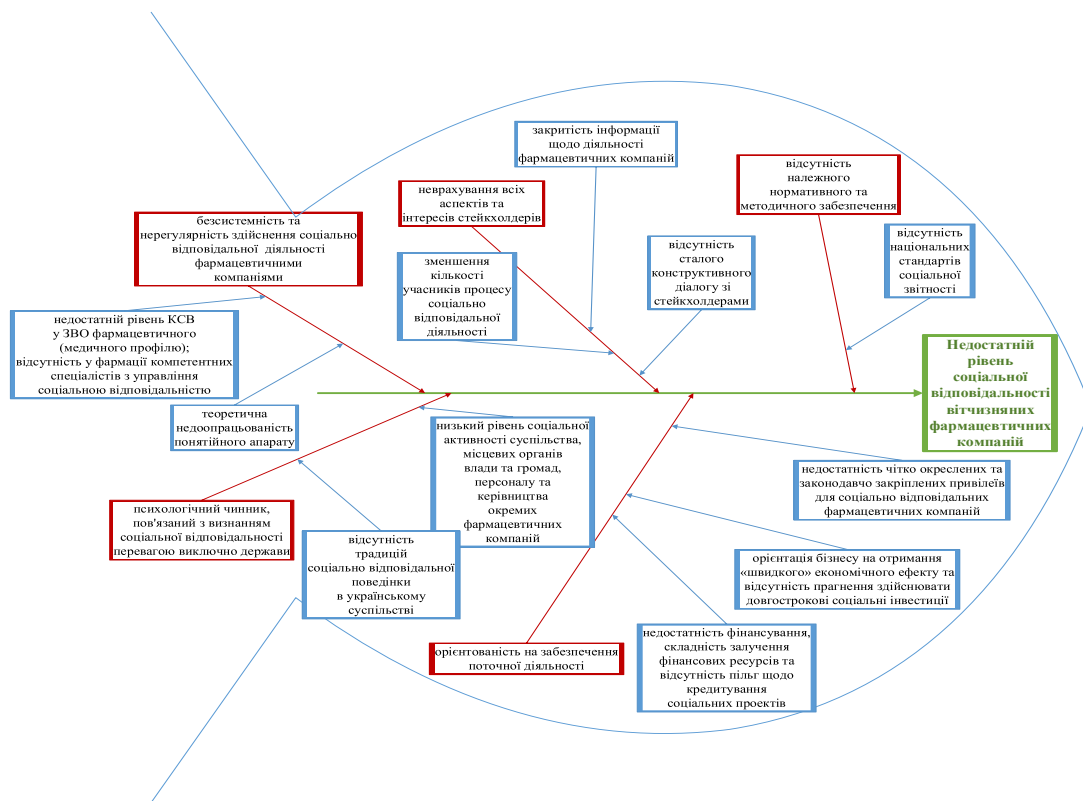


Рис. 1 Причинно-наслідкова діаграма проблем управління соціальною відповідальною діяльністю фармацевтичних компаній (власна розробка)

Також нами проаналізовані та визначені пріоритетні напрямки СВ для СФР, якими на сьогодні є:

- відмова від отримання короткострокового економічного ефекту діяльності ФК (71% відповідей);
- розробка механізму управління соціальним капіталом СФР (65% відповідей);
- забезпечення узгодженості інтересів всіх учасників процесу СВ (63% відповідей);
- налагодження системи партнерських відносин (70% відповідей);
- підвищення якості фармацевтичної освіти та відкриття нових спеціальностей (62% відповідей);
- розвиток наукового потенціалу вітчизняної фармації (52% відповідей);
- розвиток репортингу зі стейкхолдерами (49% відповідей);
- складання соціальної звітності на добровільних засадах (51% відповідей);
- впровадження заходів з підвищення лояльності персоналу (63% відповідей);
- використання частини прибутку на розвиток соціальної інфраструктури (67% відповідей);
- впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій (78% відповідей);
- реалізація програм допомоги соціально незахищеним верствам населення, меценатство та спонсорство (73% відповідей);
- підвищення рівня соціального забезпечення, захисту персоналу, розширення соціального пакету для працівників (82% відповідей);
- створення у ФК посади менеджера з СВ (66% відповідей) та інше.

Висновки. Отже, СВ вітчизняних ФК є складною, багатоаспектною сферою їх функціонування, до управління якою необхідно застосовувати науково обґрунтовані підходи, що опираються на чинну нормативно-правову базу, наукові принципи і застосування сучасного інструментарію менеджменту. Тому наступним етапом наших досліджень стало опрацювання методичних підходів щодо оцінки існуючого стану СВД ФК з метою визначення резервів її удосконалення і визначення стратегічних орієнтирів сталого розвитку.

Паляниця Х. А.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Побудова алгоритму розробки стратегічного маркетингового плану підприємства

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Аналіз сучасних тенденцій світового розвитку, перетворення світового економічного механізму в єдину глобальну систему, для кожної компанії, що займається зовнішньоекономічною діяльністю, виникає необхідність процесу активної інтеграції та адаптації до сучасної системи міжнародних господарських зв'язків для успішного подальшого економічного розвитку. Цей розвиток досягається за допомогою правильно розробленої маркетингової стратегії фірми, що означає визначення основних напрямків діяльності фірми в міжнародній сфері, на світовому ринку. Стратегічне маркетингове планування останніми роками набуло значної популярності серед теоретиків та практиків сучасного маркетингу.

Мета дослідження – розробка алгоритму стратегічного маркетингового плану підприємства.

Матеріали та методи. У дослідженні використані наступні методи: контент-аналіз, методи аналізу та синтезу та ін.

Отримані результати. Аналіз літературних джерел показав, що у якості основних завдань стратегічного планування автори визначили:

- визначення цілей і напрямків діяльності фірми;
- визначення альтернативних варіантів реалізації напрямків діяльності фірми;
- координація різних напрямків діяльності;
- оцінка сильних і слабких аспектів діяльності фірми, можливостей і загроз з боку ринку;
- створення умов для ефективного розподілу продукції фірми;
- визначення та обґрунтування переліку маркетингових дій;
- оцінка маркетингової діяльності фірми.

Для побудови маркетингової стратегії пропонується наступний алгоритм:

Перший етап - визначення керівництвом місії компанії або стратегічної одиниці бізнесу (СОБ).

Другий етап - формулювання цілей компанії або СОБ.

Третій етап - оцінка комплексу видів діяльності компанії та встановлення тих СОБ, які потребують додаткових інвестицій, для яких СОБ варто зберегти їхній теперішній рівень, а від яких треба звільнитися.

Четвертий етап - вибір маркетингової стратегії підприємства.

П'ятий етап - заключний етап стратегічного планування маркетингу – це оцінка і контроль реалізації стратегії.

Розробка стратегічного маркетингового плану повинна базуватися на врахуванні наступних принципів:

- взаємоузгодженість із загальнофірмовим плануванням – оскільки маркетингове стратегічне планування є складовою загальнофірмового плану, воно не може йому суперечити;
- базування на дослідженні маркетингового середовища;
- циклічність – маркетинговий стратегічний план необхідно здійснювати як безперервний процес, а не розглядати як діяльність від випадку до випадку;
- гнучкість – можливість активної адаптації стратегії згідно зі змінами маркетингового середовища;
- багатоваріантність – передбачає врахування можливих змін навколишнього середовища на етапі формування стратегії;
- повнота і комплексність – для прийняття рішення мають бути використані всі факти, події та ситуації в їх взаємозв'язку та відповідно до їх значущості;
- чіткість;
- економічність – витрати на планування та здійснення стратегії мають відповідати отриманому прибутку.

Висновки. Використання запропонованого алгоритму дасть змогу підприємствам реалізовувати маркетингові стратегії шляхом розробки відповідного стратегічного плану.

Полянський Я.Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Напрями формування системи соціально-економічної безпеки на підприємстві

yaroslav1998323@gmail.com

Вступ. Сьогодні досвід провідних країн світу показує, що забезпечення соціально-економічної безпеки є гарантією розвитку та ефективності економіки, соціального благополуччя та успішної діяльності суб'єктів господарської діяльності. Тобто, коли будь-яке підприємство функціонує у мінливому середовищі, то все більшої актуальності набуває процес формування та забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства. Зокрема це здатність підприємства реагувати на потенційні загрози завчасно, забезпечувати стабільний рівень своєї діяльності та сформувати власну соціально-економічну безпеку, це дає змогу забезпечити стабільний рівень національної соціально-економічної безпеки та стабільне зростання країни загалом.

Метою даної роботи є вивчення та аналіз підходів до трактування поняття «система соціально-економічної безпеки підприємства», уточнення його сутності та визначення основних принципів створення та функціонування системи соціально-економічної безпеки підприємства.

Матеріали та методи. Основними групами методів, що застосовуються для забезпечення соціально-економічної безпеки на підприємстві є інституційні, організаційно-розпорядчі, адміністративні методи; нормативно-правові методи; технічно-спеціальні методи; маркетингові методи; соціально-психологічні; ідеологічні методи; методи управління розвитком. Оскільки ця галузь є складною динамічною системою, що не має сталої структури та функціонує на рівні впливу внутрішніх та зовнішніх взаємозв'язків, забезпечення її соціально-економічної безпеки потребує застосування сукупності інституційних, організаційно-розпорядчих, адміністративних методів, що мають відповідати таким критеріям, як адекватність, своєчасність, реагування на загрози

зовнішнього та внутрішнього середовища у забезпеченні соціально-економічної безпеки; мати високий рівень гнучкості управління, відобразити практичну реалізацію стратегічних, тактичних заходів та оперативних дій із забезпечення соціально-економічної безпеки, мати високу ефективність реалізації прийнятих дій, відповідати діючим нормам чинного законодавства, тобто діяти в наявному нормативно-правовому полі та стимулювати зацікавленість усіх відповідальних осіб у забезпеченні високого рівня соціально-економічної безпеки.

Отримані результати. Різні трактування терміну «система соціально-економічної безпеки підприємства» наведено в табл. 1, що вкотре підтверджує різноманітність поглядів сучасних фахівців на сутність поняття. Питання сутності та складу системи соціально-економічної безпеки підприємства ще не знайшло фінального вирішення і не має чіткого універсального формулювання.

Таблиця 1

Визначення поняття система соціально-економічної безпеки підприємства

Визначення	Автор
Комплекс організаційно-управлінських, режимних, технічних, профілактичних і пропагандистських заходів, спрямованих на кількісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз.	Про Концепцію соціальної безпеки споживчої кооперації України
Структурований комплекс стратегічних, тактичних та оперативних заходів, спрямованих на захищеність підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз та на формування унікальних здатностей протистояти їм в майбутньому.	Вовк В.В.
Організаційна підсистема підприємства, що складається з сукупності організаційних, управлінських, технічних, правових і інших заходів, сукупності сил і засобів, направлених на забезпечення безпеки підприємства, захисту законних інтересів його керівництва й інвесторів, сприяння забезпеченню стійкого розвитку підприємства.	Пригунов П.Я.
Сукупність взаємопов'язаних елементів, що складають єдине ціле. Вона містить такі складові елементи: суб'єкти безпеки, об'єкти безпеки, механізм забезпечення економічної безпеки.	Прохорова В.В.

На нашу думку, система соціально-економічної безпеки підприємства – концептуальна категорія, яка визначає стратегічні рамки в управлінні загрозами і є сукупністю об'єктів, суб'єктів, функціональних складників, методики оцінювання та заходів із забезпечення соціально-економічної безпеки

організації, що використовуються підприємством задля найповнішого гарантування захищеності. Фундаментальною основою ефективної системи соціально-економічної безпеки підприємства є наукова теорія безпекології, визначена політика соціально-економічної безпеки підприємства, стратегія, концепція соціально-економічної безпеки підприємства.

Висновок. Отже, соціально-економічній безпеці підприємства властивий подвійний характер з одного боку, забезпечення можливості власного функціонування, з іншого боку, є елементом соціально-економічної безпеки системи вищого рівня і суб'єктом, що забезпечує виконання функцій регіоном, державою. Дослідження сутності соціально-економічної безпеки підприємства показало, що в соціальній теорії і практиці не існує однозначної термінології щодо її визначення. Проаналізувавши формулювання соціально-економічної безпеки підприємства багатьма вітчизняними вченими, можна узагальнити, що соціально-економічної безпека підприємства – це комплексна характеристика, під якою розуміють рівень захищеності всіх видів потенціалу підприємства від внутрішніх і зовнішніх загроз, що забезпечує стабільне функціонування та ефективний розвиток і потребує управління з боку керівництва підприємства.

Рузевич Л.С., Світлична К.С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Дослідження підходів до оцінювання діяльності державних службовців

ryzevu3513@gmail.com

Вступ. Для забезпечення процедури оцінювання персоналу використовують різні методи оцінювання як спосіб отримання і вимірювання певної інформації щодо формування оцінки. Важливе місце у цій процедурі відводиться технологічності методів: їх простоті; ступеню трудомісткості; точності результатів; можливості автоматизації процедури оцінювання.

Метою дослідження є обґрунтування необхідності впровадження комплексного підходу до оцінювання державного службовця і його діяльності має бути комплексним. Основна ідея «комплексності» оцінювання полягає в кількісному вимірі найбільш істотних характеристик (властивостей, якостей) як самого державного службовця, так і результатів його діяльності. До основних елементів комплексного підходу оцінювання державних службовців можна віднести: об'єкти і суб'єкти оцінювання; процедуру оцінювання; зміст оцінки; методи оцінювання.

Під об'єктом оцінювання персоналу будемо розуміти державного службовця, який підлягає оцінюванню. Не викликає сумніву, що оцінюватися повинні всі категорії державних службовців – і керівники, і спеціалісти.

Відомо, що діяльність державних службовців відрізняється від праці (роботи) робітників. По-перше, діяльність державних службовців – переважно розумова. По-друге, результати роботи керівників і спеціалістів важко піддаються прямому кількісному вимірюванню і часто стають очевидними тільки після закінчення певного періоду часу. По-третє, вплив державних службовців на результати діяльності здійснюється шляхом використання інформації, тобто, предмет і продукт праці державних службовців носить інформаційний характер.

До керівників і спеціалістів пред'являється багато загальних вимог щодо

ділових і особистісних якостей. Однак вони не можуть оцінюватися за єдиною схемою. Для кожної категорії службовців мають бути застосовані свої показники і критерії оцінювання. При цьому важливо, щоб критерії та показники оцінок ділових якостей і кваліфікації співробітників для кожного вищого рівня характеризувалися більш високим набором якостей. Іншою складовою процедури оцінювання є визначення тих, хто буде проводити оцінку персоналу – суб'єктів оцінювання (оцінювачів).

Суб'єктів, які залучаються до оцінювання, можна ще класифікувати на внутрішні (що знаходяться всередині державного органу) і зовнішні (залучені ззовні). За кордоном аналогічну функцію виконує одна з найпопулярніших технологій оцінки – незалежні центри оцінювання (оціночні центри). Вони виконують два головних завдання: виявляють управлінські здібності і встановлюють індивідуальну програму тренування, призначену для розвитку виявлених здібностей.

У зміст оцінювання державних службовців мають бути включені оцінки:

- кваліфікаційно-освітнього рівня (КОР);
- особистісно-компетентнісних якостей (ОКЯ);
- результатів службової діяльності (ефективності діяльності).

На рис. 1 наведено структуру показників оцінки державного службовця та результатів його діяльності. Під оцінюванням персоналу з позиції комплексного підходу пропонується розуміти узагальнюючу оцінку, при формуванні якої різнорідні оцінки об'єднуються в один інтегральний показник. Її основна перевага полягає в тому, що оцінка за певними компонентами має свої обмеження, а узагальнення її в комплексному підході робить більш повною. При комплексуванні об'єднуються позитивні аспекти одних оцінок (методів) і компенсуються недоліки інших. Важливою складовою процедури оцінювання персоналу є порядок і періодичність її проведення. Наприклад, період оцінювання може розглядатися як один із критеріїв (елементів) комплексного підходу до оцінки персоналу, що розподіляє оцінку на пролонговану й експресивну.

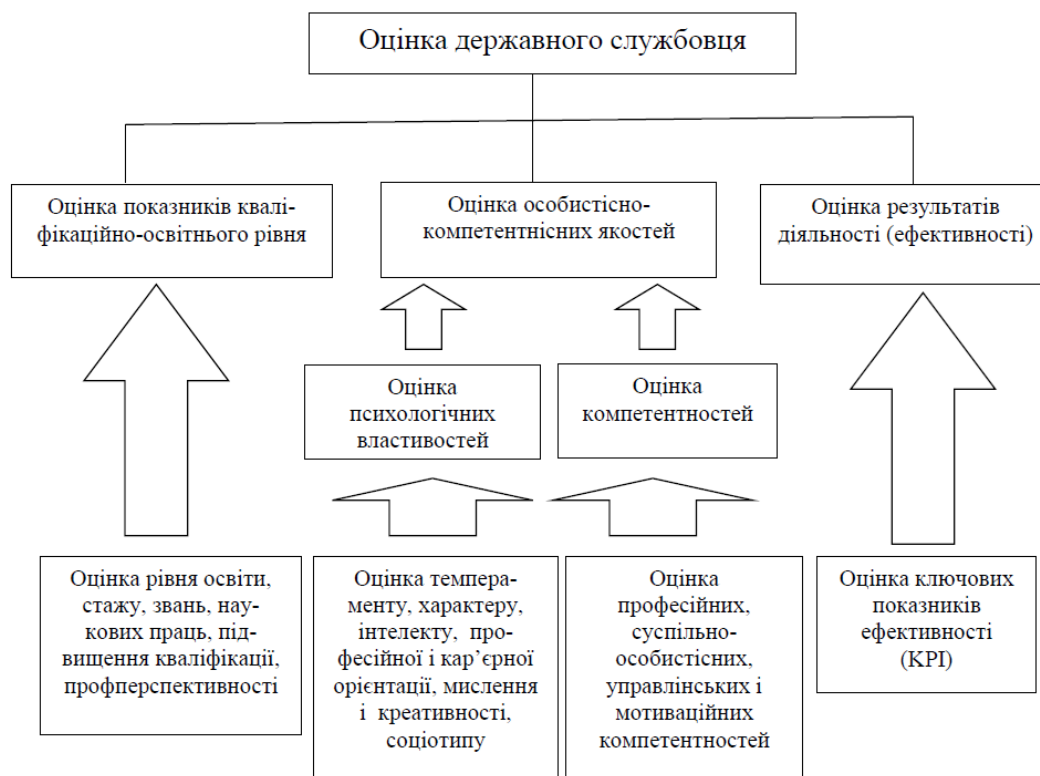


Рис. 1. Структура показників комплексної оцінки державного службовця та його службової діяльності

Пролонговане оцінювання здійснюється на основі вивчення тривалого періоду трудової діяльності, ґрунтуючись на аналізі минулої і поточної діяльності, експресивне оцінювання відноситься тільки до поточної діяльності.

Висновки. Безумовно, не заперечуючи значення використання під час оцінювання державних службовців інформаційних комп'ютерних технологій, здійснення самої процедури оцінювання мають проводити люди (суб'єктами оцінювання), що володіють спеціальними знаннями і застосовують взаємодоповнюючі методики оцінювання. Настає час відмовлятися від традиційної документальної бази (характеристик, атестаційного листа, індивідуального звіту). Необхідно, щоб ці документи були якісно розроблені і могли бути реально, а не формально використані під час оцінювання в онлайн-режимі. Комп'ютерні технології дозволяють оперативно отримувати доступ до інформації про державних службовців, зберігати результати комп'ютерних тестів, розраховувати стаж і забезпечувати об'єктивність та оперативність в роботі з інформацією про якості державних службовців та результати їх діяльності.

Скрильов В.В.

Науковий керівник: Крутських Т.В., докт. фарм. наук, професор

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Підходи до сертифікації та стандартизації власних торгових марок в Україні

tvkrut@ukr.net

Вступ. Власна торгова марка – марка товару або послуги, створених певною компанією-виробником на замовлення і представлених під брендом іншої компанії (компанії замовника). В Україні формат власної торгової марки з'явився на початку 2000 років завдяки закордонним роздрібним мережам «METRO» та «BILLA». Втім, українські підприємці швидко відреагували на нові тенденції, тому перші товари власної торгової марки на нашому ринку споживачі побачили вже у 2002 р., зокрема, їх представила торгова мережа «Наш край» з продукцією однойменного бренду. Через те, що українці традиційно вважають якість вітчизняних товарів нижчою від імпортних, спочатку реакція на власні торгові марки була достатньо стриманою. Однак криза 2008 р. це змінила, і на полицях супермаркетів товари високого цінового сегмента замінили товари власної торгової марки. Хоча найбільше практика створення власних торгових марок поширена у продуктових торговельних мережах, сьогодні власні торгові марки вже активно створюють і роздрібні аптечні мережі.

Мета. Оскільки впровадження власної торгової марки в Україні в різних сферах товарів та послуг зростає кожного року, метою даного дослідження є вивчення рівня та підходів до сертифікації та стандартизації власних торгових марок в Україні.

Матеріали та методи. Для вивчення рівня та підходів до сертифікації та стандартизації власних торгових марок в Україні проведено аналіз даних літератури закордонних та вітчизняних літературних джерел, а також практичні відомості щодо дійсних стандартів впровадження власних торгових марок в

різних сферах. Під час дослідження використані методи контент аналізу, історичний, системно-аналітичний та метод узагальнення.

Результати. Автором здійснено аналіз літературних даних закордонних та вітчизняних джерел літератури та поточних практик стандартизації та сертифікації власної торгової марки в світі та в Україні. Визначено, що сучасні підходи до стандартизації та сертифікації власної торгової марки в Україні є різнобічними та не мають єдиного консолідованого підходу.

Висновки. Зростаючий рівень впровадження власної торгової марки в Україні в різних сферах роздрібної торгівлі вказує на необхідність розробки уніфікованих підходів до сертифікації та стандартизації власних торгових марок в Україні.

Снесар Г.А., Лісна А.Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Стан цифрової логістики на вітчизняному ринку після пандемії

annasnesar@gmail.com

Вступ. Як свідчить світова практика, на сьогоднішній день логістика активно розвивається та змінюється під впливом глобальних тенденцій і цифрової трансформації ринку. Її прогресивний розвиток – потужний драйвер розвитку економіки в цілому.

Необхідність цифровізації логістики також обумовлена вимогами великих компаній, для яких важливо, щоб продукція надходила до замовників швидше і з меншими витратами і при цьому забезпечувалися гарантії захисту ланцюгів постачань від потрапляння фальсифікованої продукції. У зв'язку з цим, дослідження стану цифрової логістики у вітчизняних ланцюгах постачань, особливо в умовах пандемії коронавірусу, набуває особливої актуальності.

Метою нашого дослідження є діагностика стану цифрової логістики на вітчизняному ринку після пандемії.

У процесі дослідження використовувалися методи: наукової абстракції; монографічного та системного аналізу.

Як свідчить результати проведених наукових досліджень, прискорене впровадження цифрових рішень у сфері логістики стало відповіддю вітчизняному бізнесу на умови, створені обмеженнями через пандемію COVID-19. Прийняті кроки дозволили окремим підприємствам зрости за обсягами вантажів на вітчизняному ринку до 60%. При цьому значно зріс рівень сервісу і швидкість їх роботи. За прогнозами учасників ринку, тренд на автоматизацію, а також переклад всіх можливих операцій в онлайн-простір продовжиться. Важливим напрямком розвитку на вітчизняному ринку в 2022 р. стане e-commerce.

Так, наприклад. пандемія коронавірусу значно прискорила розвиток, впровадження і використання цифрових додатків в сфері вітчизняних вантажоперевезень.

Частка вантажоперевезень, оформлених за допомогою цифрових сервісів, на Укрзалізниці з початку 2021 р. збільшилася до 97%. У січні-лютому 2021 р. на Укрзалізниці 97% документів на перевезення вантажів було оформлено із застосуванням електронного підпису: це на 9% більше, ніж за аналогічний період 2020 р.

Учасники вітчизняного ринку визнають, що використання нових технологічних рішень дозволяє серйозно підвищувати рівень їх сервісу. Наприклад, після впровадження QR-кодування на своєму терміналі ПАТ «КВК «Рапід» (м. Київ) транспортна компанія ТОВ «Агротеп» втричі збільшила швидкість обробки вантажів і скоротила долю пересорта до рівня менше 0,001%.

Однією з основних тенденцій 2020 р., яка відбилася на вітчизняному ринку вантажоперевезень, стало нарощування обсягів закупівель через інтернет-магазини і розвиток доставки до дверей. Активно йде розвиток онлайн-сервісів для клієнтів завдяки розвитку e-commerce, активізувалися маркет-плейси у регіонах – вони розширюють мережу розподільних центрів.

Стрімке збільшення замовлень в інтернет-магазинах сприяло зростанню попиту на доставку. Особливо від терміналів до адреси клієнта. Закономірно збільшився і об'єм замовлень на постачання у великі маркет-плейси. Щоб забезпечити швидку та безпроблемну доставку до розподільних центрів онлайн-ритейлерів, потрібно запропонувати таке логістичне рішення, що дозволить клієнтам здавати вантаж за правилами маркет-плейсів, не боячись відмов. У результаті відсоток повернення вантажів у постачальників онлайн-ритейлерів може скоротитися до 5 разів.

Впровадження і розширення використання нових технологічних рішень на вітчизняному ринку, призвело до того, що виросла потреба у майданчиках для зберігання великих масивів даних. На даний момент компанії ведуть декілька проектів, де застосовується метод Big Data. Збір даних з транспортних засобів і

GPS-трекерів дозволяє аналізувати манеру водіння водія і стан машин. На підставі аналізу формуються рекомендації для безпечнішого та більш економічного руху тощо.

Результати проведених наукових досліджень, дозволили виділити наступні завданнями цифрової логістики: підвищення якості і точності виконання замовлень клієнтів; підвищення надійності функціонування діяльності суб'єктів господарювання; підвищення рівня безпеки та захищеності ланцюгів постачань; зниження логістичних витрат і втрат; зменшення ризиків, пов'язаних з попаданням до ланцюга постачань фальсифікованої та контрафактної продукції; підвищення прозорості логістичних бізнес-процесів і, як наслідок, підвищення довіри між суб'єктами господарювання; підвищення рівня приватності і захищеності інформації, яка є комерційною таємницею, всіх суб'єктів господарювання; усунення логістичних операцій, які не додають цінності для клієнтів тощо.

Висновки. Отже, підвищення рівня цифровізації діяльності учасників ринку логістичних послуг дозволяє відповідати зростаючим вимогам до постачань, здійснювати свою діяльність ефективно, прозоро, точно в термін, стимулювати логістичних операторів до підвищення процесів ефективності та впровадження інноваційних технологій. Цифровізація логістики дає можливість прискорювати прийняття та реалізацію рішень на прискорення постачань, що, як наслідок сприяє прискоренню оборотності активів.

Столярчук І.І., Лебедин А.М.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Дослідження розповсюдження очних захворювань серед населення в Україні

alla_leb7@ukr.net

Вступ. Вірусний кон'юктивіт є найпоширенішою причиною інфекційного кон'юктивіту як загалом, так і серед дорослого населення, також він більш поширений влітку. Віруси спричиняють до 80 % усіх випадків гострого кон'юктивіту. Поширеність кон'юктивіту залежить від віку, статі та часу року.

Мета дослідження. Провести дослідження розповсюдження очних захворювань серед населення в Україні.

Матеріали та методи. В роботі застосовувались методи: історичний, логічний, структурний аналіз.

Отримані результати. Захворювання ока та його придаткового апарату (H00-H59) у населення України характеризуються щорічним зростанням інтенсивних показників. У структурі групи H00-H59 були виявлені показники захворюваності та поширеності хвороб ока та його придаткового апарату серед населення України. Протягом 2014-2016 років кількість звернень в лікувально-профілактичні установи з приводу всіх хвороб офтальмологічного профілю поступово зростало (з 175654,0 в 2014 році до 179101,6 на 100 тисяч населення в 2016 році). Найвища кількість всіх зареєстрованих захворювань (в тому числі вперше зареєстрованих випадків) на 100 тисяч населення в Україні було зареєстровано в 2016 році 172692,9 випадків. Результати аналізу частки населення працездатного віку в структурі загальної захворюваності, очних хвороб і глаукоми в Україні за період 2014-2016 роки свідчать про те, що частота захворюваності на глаукому серед осіб працездатного віку (близько 21 %) істотно нижче в порівнянні з непрацюючим населенням. Для хвороб ока та його придаткового апарату і всіх захворювань цей показник знаходиться в межах 77 % і 80 % відповідно.

Кон'юктивіти вражають значну кількість людей і накладає економічні та соціальні тягарі. За оцінками статистичних даних гострий кон'юктивіт щорічно

вважає 6 млн. людей у Сполучених Штатах Америки (США). Вартість лікування лише бактеріального кон'юктивіту, за економічними оцінками складає від 377 до 857 мільйонів доларів на рік. Розподіл пацієнтів відповідно до віку та статі, вік пацієнтів коливався від 3-80 років, група (21-30) років була переважною групою, серед з цього 250 (48,82%) випадків були чоловіками, а 262 (51,18%) випадків жінками. Очевидно, що особи молодого віку відвідували огляд очей більше, ніж інші. Більшість хворих на кон'юктивіт на початку захворювання лікуються у лікарів первинної ланки, а не спеціалістів з очних лікарів. Приблизно 1 % усіх відвідувань кабінетів первинної медичної допомоги у США пов'язані з кон'юктивітом. Приблизно 70 % усіх пацієнтів з гострим кон'юктивітом, перебувають на первинному та невідкладному лікуванні.

Існує бімодальний розподіл діагностованих випадків гострого кон'юктивіту NOS в ED. Найвищі показники діагностики є у дітей віком до 7 років, а найвища частота випадків спостерігається у віці від 0 до 4 років. Вторинний пік розподілу припадає на вік 22 років у жінок та 28 років у чоловіків. Загалом показники кон'юктивіту, діагностованого при ED, дещо вищі у жінок, ніж у чоловіків. Сезонність також є фактором презентації і, отже, діагностики кон'юктивіту. Змінюючись за віком, спостерігається пік захворюваності серед усіх проявів кон'юктивіту у дітей у віці від 0 до 4 років у березні, а за іншими віковими групами у травні. Загальнонаціональне дослідження ED виявило, що сезонність узгоджується для всіх географічних регіонів, незалежно від змін клімату або погодних умов.

Висновки. Захворювання кон'юктиви – кон'юктивіти є найпоширенішою патологією серед запальних захворювань ока і становлять близько 30 % всієї очної патології. Ця основна форма очної інфекції визначається у 66,7 % всіх хворих з запальними захворюваннями очей. Найбільш поширеними є кон'юктивіти бактеріальної та вірусної природи, рідше зустрічаються алергічні та дистрофічні.

Тичина В. О., Грушко Д. В., Рогуля О. Ю.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Дослідження управлінських технологій фармацевтичної організації

rogulyaolga@gmail.com

Вступ. Управлінські технології — це сукупність взаємопов'язаних процедур, метою яких є обґрунтування, розробка, визначення послідовності та умов прийняття і реалізації рішень, необхідних для управління ринковими та технологічними ситуаціями. Використання технологій в управлінні організацією передбачає встановлення засобів впливу і методів досягнення поставлених цілей, вибір методів збору і обробки інформації та створення умов інформаційної взаємодії, мотивування персоналу, обґрунтування методів контролю тощо. Як свідчать дані наукової літератури, управлінські технології забезпечують вирішення завдань управління при взаємодії з об'єктами і суб'єктами внутрішнього та зовнішнього середовища. Враховуючи, що технології використовуються у різних сферах управлінської діяльності фармацевтичних організацій, їх дослідження є актуальним.

Метою роботи є дослідження та аналіз сучасних управлінських технологій у діяльності фармацевтичних організацій .

Матеріали та методи дослідження. Для досягнення мети дослідження використано системний метод та узагальнення. В якості матеріалів використано інформаційні дані наукової та фахової літератури.

Отримані результати. Для дослідження нами обрано управлінські технології, які застосовуються у системі управління персоналом, технології стратегічного управління та публічного адміністрування, соціальні технології, технології, пов'язані з інноваційним менеджментом та розвитком підприємства, а також технології контролю.

Визначено, що менеджери на етапах стратегічного управління використовують технології визначення рівня стійкого розвитку, технології формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності, антикризові технології,

технології управління кластерними бізнес-структурами. Наступним було опрацювання технологій публічного адміністрування, внаслідок чого доведено ефективність реалізації управлінських функцій, вироблення та прийняття управлінських рішень, технології взаємодії структурних підрозділів, реалізації методів та цільових механізмів публічного адміністрування.

Результати дослідження демонструють істотний взаємозв'язок управлінських технологій з соціальними. Слід відмітити, що соціальні технології забезпечують якісне управління процесами забезпечення цілеспрямованого впливу на соціальні об'єкти, розроблення методів управління людьми і організаціями. Встановлено, що в системі управління персоналом найчастіше в якості технологій застосовують систему збалансованих показників, контролінг персоналу, систему мотивації персоналу, технології jobshadowing и buddying, коучинг, грейдинг, технологію асесмент-центру.

Під час дослідження визначено технології, пов'язані з інноваційною діяльністю фармацевтичних організацій, зокрема, проаналізовано засоби інноваційного менеджменту. За результатами дослідження зроблено висновок, що найчастіше при створенні та виведенні на ринок продуктових інновацій застосовують брендинг; для процесних інновацій доцільними є інжиніринг, реінжиніринг бізнес-процесів, бенчмаркінг; для ринкових інновацій організації використовують маркетинг інновацій, фрондування інноваційного ринку. Аналіз технологій розвитку організації доводить доцільність бюджетування та розробки CRM-систем, аутсорсинг тощо.

З безперервним моніторингом управлінських процесів пов'язані технології контролю, завданням яких є встановлення фактичних показників та зіставлення їх з управлінськими моделями, та технології організаційних форм управлінської діяльності.

Висновки. Таким чином, сучасні управлінські технології потребують системного поєднання принципів, цілей та функцій управління з методами, які задовольняють потреби керівництва і відповідають можливостям та елементам управлінської діяльності у фармацевтичній організації.

Чухрай І.Л., Голоюк М.В.

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

Сучасний стан ринку лікарських засобів, які застосовуються при біліарній патології

iryna_chukhray@ukr.net

Вступ. Біліарні захворювання належать до хронічної неінфекційної патології жовчного міхура та жовчовивідних шляхів. У розвинутих країнах відмічають потужне збільшення кількості пацієнтів з указаною патологією, яке останнім часом набуває значення соціальної проблеми. Тому вивчення та аналіз ринку лікарських засобів (ЛЗ), які використовуються при біліарній патології є актуальним питанням сьогодення.

Мета дослідження. Аналіз ринку ЛЗ, які за АТХ класифікацією належать до групи А05А Х – інші препарати, що застосовуються при біліарній патології.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження був Державний реєстр ЛЗ (станом на 01.01.2021 р.) та реєстр оптово-відпускних цін на ЛЗ (станом на 01.04.2021 р.). Використано методи інформаційного пошуку, аналізу та узагальнення.

Отримані результати. Встановлено, що в Україні зареєстровано 33 ЛЗ досліджуваної групи. За діючою речовиною практично усі ЛЗ містять у своєму складі лікарську рослинну сировину або екстракти з неї. Лише до складу Ровахолу входять терпени ефірних олій ряду рослин.

За порядком відпуску з аптеки усі ЛЗ, за винятком Ровахолу безрецептурні.

З'ясовано, що ЛЗ досліджуваної групи за лікарськими формами випускаються у капсулах і таблетках (по 24,2%), у сиропі та розчині оральному (по 9,1%), у настоянці (3 %), в індивідуальній лікарській рослинній сировині (21,3%) та трав'яних зборах (9,1%).

Майже три четверти ЛЗ досліджуваної групи вироблена в Україні (73%), невелика частка припадає на іноземні країни, а саме: Австрія, Пакистан і Франція (по 6%) та Ірландія, Німеччина і Польща (по 3 %).

Встановлено, що на 6 торгових назв досліджуваної групи ЛЗ (Артіхол 200 мг № 30; 400 мг № 40, Алохол № 180, Фламін-Здоров'я 50 мг № 30, Артишока екстракт-Здоров'я 100 мг № 60, 300 мг № 30; 100 мг/мл по 100 мл, Холосас-Тернофарм, 250 г) задекларовано оптово-відпускні ціни. Ціни за упаковку для таблетованих лікарських форм становлять від 43,33 до 179,20 грн, для капсул – 92,00-100,00 грн, для розчину орального – 128,00 грн, для сиропу – 56,50 грн.

Висновки. У результаті здійсненого дослідження асортименту ЛЗ, що застосовуються при біліарній патології (33 ЛЗ, група А05А Х за АТХ класифікацією) визначено, що за лікарською формою найбільшу частку займають капсули та таблетки (по 24,2 %). За рецептом з даної групи відпускається лише 1 ЛЗ (Ровахол, капсули), усі інші ЛЗ – безрецептурні. Переважна частка ЛЗ виготовляється в Україні (73%). Найменша зареєстрована оптово-відпускна ціна становить 43,33 грн (Артіхол, таблетки, по 200 мг № 30), найбільша – 179,20 грн (Алохол, таблетки №180).

Шалаєв Є.Г.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Загальна характеристика джерел фінансування закладів охорони здоров'я
shalaiev.2013@gmail.com

Вступ. В умовах побудови правової та демократичної держави з соціально-орієнтованою ринковою економікою актуалізуються питання забезпечення реалізації конституційного права людини на охорону здоров'я. Провідну роль у підвищенні доступності та якості надання медичних послуг населенню, гарантованих державою, відіграють фінансові ресурси, які надходять у розпорядження галузі охорони здоров'я.

Нестача коштів та неефективне використання фінансового забезпечення сфери охорони здоров'я поруч із складною політичною ситуацією та економічною кризою здійснюють негативний вплив на загальний стан здоров'я українських громадян. Питання формування джерел фінансування закладів охорони здоров'я досліджували в своїх наукових працях: А. Григоренко, В. Войцехівський, Н. Авраменко, Ю. Вороненко, Л. Жаліло, Г. Дзяк, Я. Буздуган, О. Заглада, Г. Слабкий, В. Лобас, В. Москаленко, М. Шевченко, З. Надюк, І. Солоненко та Н. Солоненко, В. Лехан, О. Шаптала, та інші.

Метою роботи є надання загальної характеристики джерел фінансування закладів охорони здоров'я.

Результати. Охорона здоров'я в Україні, на відміну від усіх інших галузей, майже повністю залежна від бюджетного фінансування, як державного, так і місцевого. Розвиток та залучення інших джерел фінансування стримується недостатнім зацікавленням приватного сектора та, так мовити, негативним ставленням до підприємництва у сфері охорони здоров'я з боку державних органів управління охороною здоров'я. Отже, в сфері фінансування закладів охорони здоров'я першочерговою проблемою постає нестача державних коштів, що веде до скорочення обсягів безоплатної медичної допомоги.

Загалом джерела фінансування закладів охорони здоров'я поділяються на:

- бюджетне фінансування;
- добровільне медичне страхування;
- самофінансування;
- благодійництво;
- спонсорство;
- інвестування;
- кредитування [2].

Останні джерела фінансування — інвестування та кредитування — стосуються, як правило, закладів приватної медичної практики. Також юридичні та фізичні особи, що надають приватні медичні послуги, здійснюють свою діяльність на комерційній основі та незалежні від бюджетних коштів.

Наразі державним і комунальним закладам охорони здоров'я для залучення додаткових фінансових ресурсів надано право провадження некомерційної господарської діяльності [3]. Таким некомерційним самофінансуванням передбачається просте відтворення пов'язаних з наданням медичних послуг витрат.

Отже, головним джерелом фінансування закладів охорони здоров'я в Україні на сьогодні є кошти місцевих та державного бюджетів, а надходження з інших джерел фінансування — додаткові фінансові ресурси.

Зауважимо, що у формуванні державного та місцевого бюджетів безпосередню участь приймаються суб'єкти господарювання та громадяни країни шляхом перерахування податків та зборів. Окрім цього ними здійснюється сплата обов'язкових страхових внесків до державних цільових фондів, створених по принципу соціального страхування (фонд обов'язкового медичного страхування), за рахунок яких після настання страхового випадку вони можуть отримати допомогу. Обсяги бюджетного асигнування в охорону здоров'я, як правило, залежить від діючої моделі організації фінансування та соціально-економічного розвитку країни [1].

Бюджетне фінансування закладів охорони здоров'я побудоване насамперед на кошторисному фінансуванні. А проведення децентралізації в

Україні призвело до зростання бюджетного навантаження на територіальні органи — бюджети органів місцевого самоврядування. Проте надходження до бюджетів деяких місцевих громад не співвідносяться з потребами закладів охорони здоров'я. Недостатній розмір фінансових ресурсів в рамках однієї громади вимагає надалі застосування інструментів міжмуниципального співробітництва на підставі всесторонньої ретельної оцінки діяльності їх закладів охорони здоров'я.

Висновки. Формально, держава повинна забезпечити універсальний доступ до необхідної медичної допомоги, яка повинна надаватися безоплатно в державних та комунальних закладах охорони здоров'я, але, фактично протягом десятиліть громадяни були незахищені від катастрофічного фінансового зубожіння через витрати на охорону здоров'я у випадку хвороби. Охорона здоров'я з переважним бюджетним фінансуванням можлива лише в країнах з достатністю державних коштів, що наразі не можна сказати про Україну.

Перелік використаних джерел інформації

1. Диверсифікація джерел фінансування охорони здоров'я. Сайт Національного інституту стратегічних досліджень. Режим доступу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/socialna-politika/diversifikaciya-dzherel-finansuvannya-okhoroni-zdorovya>
2. Прилипко Є. Яким має бути фінансування та управління закладами охорони здоров'я в умовах децентралізації. Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/columns/2021/07/20/245440/>
3. Україна: огляд реформи фінансування системи охорони здоров'я 2016–2019. Спільний звіт ВООЗ та Світового банку. Режим доступу: https://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0018/425340/WHO-WB-Joint-Report_UKR_Full-report_Web.pdf

Проскурня О.М., Ганус Р.О.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Трансформація вимог до компетенцій персоналу з боку підприємств енергетичної галузі

proskurnia.olena@khpі.edu.ua

В сучасних умовах розвитку нашої країни та світових тенденцій на ринку праці, зрозуміло, що підприємства хочуть наймати й утримувати найкращих працівників у своїй галузі, але що насправді означає бути «хорошим працівником» і чому важливо їх шукати? Більшість менеджерів з підбору персоналу (HR) знають, як важко знайти хороших співробітників; кандидатам або не вистачає певних навичок, або вони не вписуються в корпоративну культуру. Власники бізнесу часто зосереджуються лише на технічних навичках і не оцінюють якості та характеристики, які складають ідеального співробітника. Це може негативно вплинути на культуру, продуктивність і навіть затягнути зусилля з навчання.

Незалежно від галузі чи характеру роботи, є певні ключові якості, на які кожен менеджер з підбору персоналу повинен звертати увагу, якщо він хоче, щоб його співробітники досягли успіху в діловому світі. Так підприємства енергетичної галузі швидко розвиваючись трансформують свої вимоги до працівників. Яких наймають й набирають в кадровий резерв компанії. Якщо раніше галузевими стандартами чітко прописувались технічні компетенції, то зараз не менш важливими також соціальні навички. Соціальні навички включають соціальний досвід, характер особистості та характеру, комунікативні навички, емоційний інтелект, вплив і підхід до роботи, які демонструє працівник. Вони служать доповненням до технічних навичок, які були засвоєні та можуть бути виміряні та кількісно оцінені – і можуть зробити співробітника більшим привабливим для компанії.

Виділяють деякі з головних навичок та характеристик працівника, в яких є потреба енергетичного бізнес сектора:

- *Знати, чому, а також що.* Працівник повинен знають причину, чому існує робота компанії, а не просто знати, як виконувати свою роботу. Це дозволяє їм придумувати нові пропозиції та ідеї щодо покращення своїх завдань.

- *Професіоналізм.* Бути ввічливим, добре говорити, спокійним і презентабельним. Це є частиною професійної діяльності.

- *Чесність і порядність.* Говорити правду про складні теми, як то робоче навантаження, баланс між роботою та особистим життям, складні клієнти чи колеги та неефективні процедури.

- *Інноваційні ідеї.* Потрібні співробітники, які пропонують інноваційні ідеї та пропозиції, які позитивно впливають на виробничий процес та є активом для компанії. На сучасному рівні розвитку передових технологій застій і самовдоволення є ворогом зростання енергокомпанії.

- *Здатності вирішувати проблеми.* Дуже важливим є мати співробітників, які працюють над чимось до тих пір, поки це не буде вирішено або завершено, і які докладають максимум зусиль для вирішення задач.

- *Амбітність.* Компанія має цілі перспективні і коли працівники мають чіткий особистий план кар'єри чи цілі, вони не припускають, що роботодавець буде керувати їхньою кар'єрою за них, тому вони прагнуть просуватися вперед з урахуванням загальних цілей компанії.

- *Надійність та відповідальність.* Співробітники, які несуть відповідальність за свої дії, надійні, приходять вчасно, виконують те, що говорять, і не підводять інших у своїй команді, мають високу ступінь довіри.

- *Вміння вирішувати конфлікти.* В компаніях енергетичного сектору зараз підвищується вимога до працівника з точки зору питання : як він може вирішити складну, конфліктну ситуацію? Співробітник має вміти вирішувати конфлікт на своєму рівні зріло, а не намагаючись уникнути його, зберігаючи повагу до учасників, не звинувачуючи та не поступаючись лише для збереження миру.

- *Мати позитивне ставлення.* Для бізнес процесів взаємодії працівників з клієнтами компанії та між собою нерідко вирішальним може бути позитивний

настрій. Співробітники, які позитивно ставляться до роботи, мають позитивний вплив на тих, хто їх оточує, і покращують командну роботу.

- *Мати емоційний інтелект.* Емоційний інтелект (EQ) полягає в тому, щоб пам'ятати про власний стан емоцій, а також про стан емоцій у команді. Знання того, як правильно керувати цим, є важливим ключем до того, щоб бути співробітником.

- *Вміння роботи в команді.* Здатність працювати з іншими людьми в команді, налагоджуючи професійні відносини, щоб досягти спільної мети, є перевагою для будь-якої компанії

- *Мати бажання вчитися.* Для хороших співробітників недостатньо твердих навичок, отриманих завдяки освіті, вони відкриті для нових ідей і діляться своїми думками та особистими думками з командою.

- *Креативність.* Не всі люди народжуються креативними, але креативності можна навчитися за допомогою експериментів, уяви, запитань, співпраці та обробки інформації.

- *Щедрість.* Потрібні співробітники, які можуть навчати інших. Вони можуть поділитися своїм досвідом та знаннями. Вони розуміють, що знання є силою лише тоді, коли ними ділиться з іншими.

Як ми бачимо, що з кожною новою технологією, інновацією, регулюванням і системою змінюються найбільш затребувані навички. Здібності, які роботодавці шукають сьогодні, більше не є можливостями минулого року, і в багатьох галузях це створило значний розрив у кваліфікації. Зараз, як ніколи раніше, співробітники та керівники повинні бути в курсі – а ще краще, попереду – змін. У всьому світі компанії почали відповідати на це питання, підвищуючи кваліфікацію своїх співробітників. Але незважаючи на те, що технологія спричиняє зміни, акцент на отриманні навичок робиться не лише на технічні компетенції.

Наукове видання

МАТЕРІАЛИ

**IX науково-практичної internet-конференції з міжнародною участю
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВОЇ
ЕКОНОМІКИ ТА ЛОГІСТИКИ»**

(28 жовтня)

MATERIALS

**of IX scientific and practical internet-conference with international
participation
«ACTUAL PROBLEMS OF INDUSTRIAL ECONOMY AND
LOGISTICS DEVELOPMENT»**

(28 october)

Відповідальні за випуск Посилкіна О.В., Літвінова О.В., Лісна А.Г.

Формат 60×84 1/16. Папір офсетний. Гарнітура Times ET.
Ум. друк. арк. 12,73. Тираж 100 прим.

Національний фармацевтичний університет.
вул. Пушкінська, 53 м. Харків, 61002, Україна.
Свідоцтво серії ДК № 3420 від 11.03.2009 р.

Надруковано з готового оригінал-макету у друкарні ФОП В. В. Петров
Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.
Запис № 2480000000106167 від 08.01.2009 р.
61144, м. Харків, вул. Гв. Широнінців, 79в, к. 137, тел. (057) 78-17-137.
e-mail:masterbook.ua@gmail.com