

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ МАРКЕТИНГ-ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ТОВАРІВ

Гусєва-Божаткіна В. А.¹; Єжгуров Р.В.²

^{1,2} Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

^{1,2} Україна, Миколаїв

¹gusevabozh@meta.ua; ¹ ORCID: 0000-0002-1117-3391

²11123111leo@gmail.com

***Анотація.** В даній роботі сформульовані основні проблеми функціонування ланцюгів постачань фармацевтичної продукції. Досліджено розвиток логістичного управління за допомогою використання інноваційних цифрових технологій. Визначена роль стратегічного управління в ефективному реагуванні на системні збої у логістичному забезпеченні ланцюгів постачань фармацевтичних товарів.*

***Ключові слова:** ланцюги постачань; логістичний менеджмент; цифрові технології; інтернет речей; стратегічне управління.*

Вступна частина. В основі ефективного задоволення потреб споживача лежить надання якісного товару за оптимальною ціною, на що, значною мірою, впливає організація управління проєктами маркетингових та логістичних процесів продовж усього ланцюга постачань на шляху просування товару від виробника до споживача.

Особливо це стосується управління проєктами постачань фармацевтичних товарів, коли зростають вимоги і потреби клієнтів та зростає конкуренція з боку ринкових суперників, це змушує сучасні фармацевтичні установи до пошуку оптимальних рішень в рамках ланцюгів постачань. Такі рішення призводять до посилення розподілу функцій між окремими ланками ланцюга, зменшення операційних витрат, підвищення якості інформації, пов'язаної зі здійснюваними діями, інтеграції дій з метою більш досконалого обслуговування кінцевого клієнта і здобуття конкурентної переваги, чому сприяє створення умов забезпечення функціонування ланцюгів постачань товарів споживчого попиту маркетинговим і логістичним інструментарієм.

Управління проєктами маркетинг-логістичного забезпечення ланцюгів постачання є відносно новим напрямком. Формування сучасних ланцюгів постачання фармацевтичних товарів потребує формування розвиненої системної методології управління такими ланцюгами, а її розробка має спиратися на відповідне маркетинг-логістичне забезпечення. Ланцюг постачань (supply chain) представляє безліч ланок, пов'язаних між собою інформаційними, грошовими та товарними потоками. Ланцюжок постачання лікарських засобів споживачу (пацієнту) включає не менше трьох учасників фармацевтичного ринку (рисунок 1).

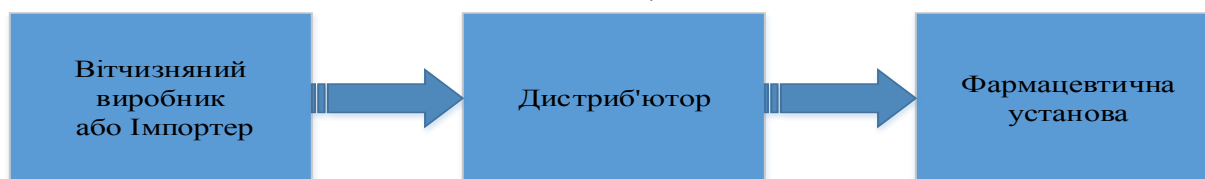


Рисунок 1 – Ланцюжок постачання лікарських засобів

Метою дослідження є розгляд напрямів розвитку управління проєктами маркетинг-логістичного забезпечення ланцюгів постачання фармацевтичних товарів, виходячи із їх характеристик, сутності та особливості формування ланцюга постачання в умовах можливостей «е-ланцюга постачання», та орієнтованістю на соціальну спрямованість ліків.

Основна частина. Система охорони здоров'я в сучасних умовах залишається одним із пріоритетних напрямків діяльності суспільства і держави. Потужну нішу в системі охорони здоров'я займає фармацевтична сфера. Поширення пандемії COVID-19 та військових дій, призвели до значних збурень у світовій торгівлі на цільових ринках фармпродукції, ускладнили кон'юнктуру українського ринку фармпродукції на внутрішніх та зовнішніх ринках, логістику експортно-імпортних операцій, позначилися на результативності та ефективності функціонування ланцюгів постачання фармпродукції, загострили конкурентну ситуацію на цільових ринках фармтоварів. Слід зазначити, що пандемія та військові дії суттєво змінили структуру ринку фармпродукції в частині збільшення частки госпітального сегмента.

Для поліпшення результативності функціонування ланцюгів постачань фармпродукції проаналізуємо зміни в логістичній сфері, спричинені пандемією COVID-19 та військовими діями.

Реагування на системні збої у функціонуванні логістичних ланцюгів постачань фармпродукції передбачає послідовне виконання дій за алгоритмом наведеному на рисунку 2.



Рисунок 2 – Алгоритм реагування менеджменту фармацевтичної установи на кризові ситуації у функціонуванні ланцюгів постачань

Оцінюючи перспективи виходу з коронавірусної кризи, варто зазначити, що майбутнє за цифровими технологіями. Для посилення ланцюгів постачань можливо використовувати наступні інноваційні цифрові інструменти: електронна комерція; відстеження в режимі реального часу; подолання логістичних перешкод за допомогою технологій штучного інтелекту (AI); безпілотні транспортні засоби і дрони; цифрова мережа постачання; мобільні технології і додатки та ін. [1]. Управління проєктами в ланцюгах постачання фармпродукції являє собою застосування концепції і методів управління проєктами в процесі створення / перетворення ланцюгів постачання, а також вирішення завдань по їх функціонуванню. Проєктування ланцюгів постачань здійснюється за відповідними критеріями. Найбільш часто таким критерієм є логістичні витрати. Розробка проєктів з різними варіантами економії витрат в логістиці – це актуальний напрямок розвитку управління ланцюгами постачань фармпродукції з використанням програмного забезпечення в умовах диджиталізації [2].

Як відомо з [3] транспортування ліків з фармацевтичних заводів до аптек — це індустрія обсягом 78,8 мільярда доларів, згідно з Pharmaceutical Commerce's annual Biopharma Cold Chain Sourcebook. Традиційно лише витрати на “холодний ланцюг” — спостереження за температурою та вологістю — становлять 12,6 мільярда доларів.

Сучасні досягнення технології інтернет речей (IoT) для відстеження, комунікацій та управління ланцюжками постачань ліків допомагають отримати більш ефективний фармацевтичний логістичний менеджмент завдяки комплексним рішенням. Це вигідно як фармацевтичній промисловості, так і споживачам. Технологічні досягнення інтернету речей забезпечують фармацевтичний логістичний менеджмент новими рішеннями, які легко приймати та які стосуються багатьох проблем, пов'язаних з перевезенням ліків. Широке розповсюдження мобільних пристроїв впливає на масштаб впровадження IoT. Інтуїтивно зрозумілі мобільні додатки розширюють можливості логістики в ефективному менеджменті ланцюгів постачань, надаючи доступ до значущих даних.

Висновки. Розв'язання проблем у сфері маркетинг-логістичного забезпечення ланцюгів постачань фармацевтичних товарів, зумовлених пандемією COVID-19 та військовими діями, можливо при ефективному стратегічному управлінні та використанні інноваційних цифрових технологій. Цифрові технології забезпечують прозорість як усього ланцюга постачань фармацевтичної продукції загалом, так і окремих його елементів, дозволяють ефективніше визначати зони потенційного ризику, швидше реагувати на збої.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] Пасічник, Т.О. (2021). Міжнародні ланцюги поставок в умовах ковідної кризи. *Економіка та суспільство*. Випуск # 33. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-33-38>
- [2] Нініч, В.З., Швець, А.В., Гриценко, С.І. (2022). Програмні засоби управління проєктами в ланцюгах постачання шляхом диджиталізації. *Збірник доповідей XIX Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми підготовки професійних кадрів з логістики в умовах глобального конкурентного середовища»*, Національний авіаційний університет, Київ, Україна. (с. 103-107).
- [3] Інтернет речей змінює фармацевтичний логістичний менеджмент. (2017, 24 травня). <http://tinker.uamper.com/news/nternet-rechey-zmnyu-farmacevtichniy-logstichniy-menedzhment.html>

Guseva-Bozhatkina, V.A., Yezhhurov, R.V.

Directions of development of marketing-logistics project management of pharmaceutical supply chains

Abstract. In this work, the main problems of the functioning of pharmaceutical product supply chains are formulated. The development of logistics management using innovative digital technologies is studied. The role of strategic management in effective response to system failures in the logistical support of supply chains of pharmaceutical goods is defined.

Keywords: supply chains; logistics management; digital technologies; Internet of Things; strategic management.