

зчитувачем, і антена. Існує багато видів міток, що розрізняються технічними особливостями і принципами функціонування.

Зчитувачі (“рідери”) — це прилади, які приймають інформацію з транспондерів і конвертують радіосигнал в цифровий для подальшої передачі в облікову систему.

Сьогодні радіочіпи вбудовують в свої вироби найбільші світові виробники. Наприклад, Gillette вставляє чіпи в бритви і гелі, Michelin вбудовує їх в свої шини. Час черги в супермаркеті скорочується на 20% при застосуванні RFID-технології, а в MC Donald’s — на 40%. В Україні RFID-технологія також має своє застосування. Наприклад, в METRO Cash & Carry, супермаркетах “Сільпо” і “Арсен” та в інших.

Сьогодні успішно реалізують проекти по впровадженню УВЧ (ультра високочастотні датчики) RFID при маркуванні зворотної тари, де на мітку записується інформація про вагу, бригаду, зміну, вміст тощо. Відстежуються поштові відправлення, морські контейнери. Існує проект по оснащенню митного складу радіомітками. Окрім прозорості переміщення вантажів всередині складу дана унікальна інформація передається в систему управління складом WMS (протокол для видачі географічно прив’язаних зображень через Інтернет).

Не дивлячись на появу все нових ніш для використання технології, головним чинником, стримуючим справжній RFID-бум залишається ціна (від 20 євро центів за одиницю). Для виробників даного устаткування очевидний той факт, що лише оптимізація і істотне зниження ціни може вивести RFID-індустрію на якісно новий рівень.

ГРИШКО В.А., ДАШКО І.М., КОЛЕЩУК О.Я.
Національний університет “Львівська політехніка”

РАЦІОНАЛІЗАЦІЯ РІВНЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА У ПРОЦЕСІ ОЦІНЮВАННЯ ЙОГО ПОТОЧНОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

© В.А. Гришко, І.М. Дашко, О.Я. Колещук, 2012

Формування програми заходів з провадження підприємством інноваційної діяльності потребує попереднього оцінювання величини його поточного інноваційного потенціалу. Ця величина повинна визначатися, передусім, виходячи з наявних на даному підприємстві на теперішній момент часу обсягів інноваційних ресурсів (кадрів розробників нововведень, науково-дослідних лабораторій тощо). При цьому слід враховувати той факт, що переважна більшість продуктивних інновацій має поліпшувальний характер, тобто передбачає покращення якості тих видів продукції, які вже виготовляються даним підприємством. У зв’язку з цим, оцінювання поточного інноваційного потенціалу підприємства доцільно здійснювати за допомогою показника відносного покращення рівня якості продукції, яке може досягти підприємство у певному періоді за рахунок найбільш раціонального використання наявних у нього обсягів інноваційних ресурсів.

Згідно запропонованого нами методу оцінювання поточного інноваційного потенціалу підприємства, інтегральний рівень якості його продукції обчислюється за такою формулою:

$$I_{я} = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^{m_i} \ell_{ij} \cdot z_{ij} \right) \cdot S_i, \quad (1)$$

де $I_{я}$ – інтегральний показник оцінювання якості продукції підприємства, частка одиниці; n – кількість видів продукції, яку виготовляє підприємство; m_i – кількість параметрів якості за i -тим видом продукції ($i = \overline{1, n}$); ℓ_{ij} – відносне значення j -того параметру якості ($j = \overline{1, m_i}$) для i -того виду продукції, яку виготовляє підприємство, частка одиниці; z_{ij} – коефіцієнт значущості j -того

параметру якості для i -того виду продукції, яку виготовляє підприємство, частка одиниці; S_i - коефіцієнт значущості i -того виду продукції підприємства у загальній кількості всіх видів продукції, які ним виготовляються, частка одиниці.

Враховуючи обмеженість інноваційних ресурсів, підприємство у переважній більшості випадків не зможе покращити усі параметри якості за усіма видами продукції протягом планового періоду. Якщо провідним видом інноваційних ресурсів підприємства є кадри працівників, то включення заходів щодо покращення параметрів якості продукції у загальний план інноваційної діяльності підприємства повинно здійснюватися у порядку зростання значень такого показника:

$$W_{ij} = \frac{T_{ij}}{\Delta l_{ij} \cdot z_{ij} \cdot S_i}, \quad (2)$$

де T_{ij} - прогнозна трудомісткість реалізації заходів щодо покращення j -того параметру якості i -того виду продукції, люд.-годин; Δl_{ij} – прогнозний приріст відносного значення відповідного параметру якості.

При цьому включення заходів щодо покращення параметрів якості продукції підприємства у загальний план його інноваційної діяльності повинно здійснюватися доти, доки не вичерпається загальний ліміт трудомісткості заходів щодо створення інноваційної продукції на підприємстві у плановому періоді. Тоді, обравши заходи щодо покращення якості продукції підприємства, відповідні цим заходам значення показників якості продукції підставляються у формулу (1) та обчислюється максимально можливе значення інтегрального показника рівня якості продукції підприємства. Це, у свою чергу, дає можливість оцінити поточний інноваційний потенціал підприємства як відношення значень інтегральних показників якості його продукції відповідно до та після реалізації плану заходів з підвищення її рівня.

ГРОМОВИК Б.П., УНГУРЯН Л.М.

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького
Одеський національний медичний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СПІВВІДНОШЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В АПТЕЦІ З КОНЦЕПЦІЯМИ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ДОПОМОГИ І НАЛЕЖНОЇ АПТЕЧНОЇ ПРАКТИКИ

© Б.П. Громовик, Л.М. Унгурян, 2012

Логістичне обслуговування в аптеці (Logistics Services in Pharmacy, LSP) – це процес створення блага шляхом реалізації комплексу логістики (7R): необхідному пацієнту (R1) необхідні ліки (R2) необхідної дози (R3) необхідної якості (R4) необхідної вартості (R5) у необхідному місці (R6) та в необхідний час (R7). У свою чергу, фармацевтична допомога (Pharmaceutical Aid, PrA) – це комплекс організаційно-економічних, медико-фармацевтичних і соціально-суспільних заходів, спрямованих на збереження, поліпшення та усунення фізичних і, як наслідок, моральних страждань людей з використанням лікарських засобів (ЛЗ) і виробів медичного призначення (ВМП). Вона реалізується через три складові – процес забезпечення населення ЛЗ (Provision Drugs, PrD), фармацевтичну опіку (Pharmaceutical Care, PhC), фармацевтичну етику і деонтологію (Pharmaceutical Ethics&Deontology, PhED).

PrD здійснюється в три етапи: організація договірної роботи з постачальниками, формування асортименту ЛЗ та організація їх реалізації. PrD з погляду аптек направлений на досягнення ринкових їх цілей через визначення потреб відвідувачів та створення і надання їм більшої порівняно з конкурентами