

цінності. З погляду пацієнтів, споживна цінність ЛЗ характеризується дуалізмом очікуваних вигод і прийнятних витрат. Першу складову характеризують переваги ЛЗ, переваги обслуговування, переваги взаємовідносин та переваги іміджу, іншу – грошові витрати, витрати часу, витрати зусиль та психологічне навантаження. Урівноваження очікувань і вимог пацієнтів з цілями, прийнятними для аптек, можливе за умови, що у PrD урахувуватимуться всі елементи LSP (7R).

LSP реалізується також у PhC, позаяк вона припускає залучення провізора аптеки до активної діяльності щодо забезпечення здоров'я та запобігання захворюванням серед населення, його відповідальність перед конкретним пацієнтом за результат фармакотерапії (R1). При цьому провізор в системі заходів, що визначають PhC, враховує фізіологічні, біофармацевтичні і фармакоекономічні чинники (R1, R5) та надає рекомендації щодо застосування ЛЗ, їх генеричної заміни (R2, R3). Крім цього, для здійснення PhC при відпуску безрецептурних ЛЗ провізор повинен: правильно оцінити проблему пацієнта (вік, стать та індивідуальні особливості особи, яка підлягає PhC; симптоми, тривалість нездужання, лікарський анамнез; з'ясувати, чи не пов'язані симптоми з будь-яким серйозним розладом здоров'я і, якщо це так, направити хворого до лікаря; при менш серйозній проблемі дати пораду); забезпечити пацієнта безрецептурним ЛЗ та повною інформацією про його дію та спосіб застосування, тривалість лікування, поєднання з іншими ЛЗ та їжею, можливі побічні ефекти; порадити пацієнту подальший нагляд лікаря (R1-R4, R6, R7).

Належна аптечна практика (Good Pharmaceutical Practice, GPP) визнає пацієнта первинним користувачем PrA і містить рекомендації до діяльності, пов'язаної з постачанням, зберіганням і застосуванням ЛЗ і ВМП. У складі GPP виділяють чотири напрями: зміцнення здоров'я, профілактика захворювань та досягнення здорового способу життя (GPP1), відпуск і використання ЛЗ і ВМП (GPP2), самолікування (GPP3), вплив на призначення і застосування ЛЗ (GPP4).

Перший напрямок (GPP1) ґрунтується на трьох (R1, R6, R7), другий (GPP2) і третій (GPP3) – на шести (R1-R4, R6, R7) елементах LSP. У четвертому напрямку (GPP4) відображений весь комплекс логістики (7R).

Таким чином, унаслідок наукового узагальнення та інтерпретування обґрунтовано тісний взаємозв'язок елементів LSP з положеннями концепцій PrA і GPP.

ГРОМ'ЯК О.Б.

Національний університет “Львівська політехніка”

ПОСЛІДОВНІСТЬ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У РИНКОВИХ УМОВАХ

© О.Б. Гром'як, 2012

Успіх сучасного суб'єкта господарської діяльності багато в чому залежить від уміння керівництва усіх рівнів управління швидко ідентифікувати існуючі недоліки, проблемні ситуації та слабкі сторони діяльності підприємства, а також реагувати на зміни, викликані факторами внутрішнього та зовнішнього середовища. Допомогти менеджерам у досягненні цих завдань може експрес-діагностика діяльності підприємства, яка, з огляду на свою швидкість, поточність та простоту здійснення, набуває все більшої актуальності у сучасних форсуючих ринкових умовах.

Проте, доцільно зауважити, що у літературі проблема здійснення експрес-діагностики розкрита не повністю. Більшість праць присвячена здійсненню експрес-діагностики окремого виду, або для досягнення конкретних цілей, що не дає можливості сформулювати комплексне уявлення про цей процес. Зокрема, послідовність, запропонована Ю.С. Копчаком [1, с.27] не відображає джерел отримання інформації, методів її збору та обробки, вибору показників та індикаторів, на основі яких здійснюватиметься експрес-діагностика. Недоліком технології експрес-діагностики, запропонованої

Н.А. Кизим, Т.С. Клебановою [2, с.395], є те, що під об'єктами спостереження “кризового поля” автори розуміють виключно фінансові показники, беручи за основу лише фінансову звітність підприємства, що значно звужує інформаційну базу експрес-діагностики. Обмеження процесу експрес-діагностики спостерігається також і у використанні стандартних методик, які пропонують автори.

Грунтуючись на проведеному аналізі літературних джерел щодо послідовності здійснення експрес-діагностики діяльності підприємств [1-2], доцільно відзначити, що існує нечітка логічність у виокремленні змісту та послідовності етапів експрес-діагностики. Врахування недоліків, визначених у результаті дослідження, дозволяє запропонувати власний алгоритм здійснення експрес-діагностики діяльності підприємств. Його послідовність доцільно виконувати за наступними етапами: встановлення мети, цілей та завдань експрес-діагностики; вибір об'єктів експрес-діагностики; збір необхідної інформації про обрані об'єкти експрес-діагностики в оперативному режимі; вибір методів здійснення експрес-діагностики; визначення репрезентативних для здійснення експрес-діагностики показників; формування бази даних за діагностичними індикаторами; зіставлення отриманих розрахунків фактичних показників (із нормативними, середньогалузевими показниками та показниками конкурента-лідера); встановлення “діагнозу” – висновку про стан об'єкта дослідження (встановлення проблем, загроз, слабких сторін, або встановлення перспектив, можливостей, сильних сторін об'єкта); формування структурованої інформаційної бази для прийняття реактивних управлінських рішень.

Коротко розглянемо зміст кожного з цих етапів. Перший етап алгоритму передбачає, що, володіючи інформацією про стан справ на підприємстві, чи, навпаки, спостерігаючи відсутність необхідних даних, суб'єкти експрес-діагностики повинні чітко визначити, якої мети та цілей вони прагнуть досягнути та які завдання ставлять перед собою. Основною метою здійснення експрес-діагностики діяльності підприємства є оперативне виявлення стану об'єкта діагностики на основі реалізації певного переліку аналітико-дослідницьких процедур за наявності обмеженого діапазону даних. До основних завдань експрес-діагностики діяльності підприємства належать: оперативне формування доступної найбільш інформативної бази даних, щодо діяльності досліджуваного об'єкта; визначення попереднього уявлення про стан об'єкта діагностики; виокремлення основних проблем, “вузьких місць”, загроз чи, навпаки, перспектив та шансів; пошук альтернативних шляхів подолання проблемних явищ (реалізації шансів) та встановлення причинно-наслідкових зв'язків (причин виникнення проблем чи можливостей та наслідків їх усунення чи використання); агрегування (узагальнення) результатів діагностики для прийняття ефективних управлінських рішень [3, с. 5].

На основі встановлених цілей необхідно обрати об'єкти, котрі підлягатимуть експрес-діагностиці. Цими об'єктами можуть бути як окремо взяті показники та конкретні операції, так і види діяльності, або ж стан підприємства загалом. Особам, котрі здійснюють експрес-діагностику необхідно зібрати найбільш точну та репрезентативну інформацію про об'єкт. У більшості випадків для експрес-діагностики характерним є обмеженість інформаційного забезпечення, тому ті дані, які можна отримати повинні бути якомога точнішими та достовірнішими. Проте основними джерелами інформації повинна бути лише облікова та поза облікову інформації та дані спеціальних досліджень.

З огляду на обрані цілі, складність та комплексність досліджуваного об'єкта потрібно обрати методи, котрими здійснюватимуть обробку інформаційного масиву та встановлюватимуть відхилення. На сьогодні вибір методів є настільки великим, що дозволяє обрати той метод чи їх поєднання, котрі найдоцільніше використовувати для даного об'єкта експрес-діагностики. Це можуть бути кількісні та якісні методи, методи прогнозування та економічного аналізу тощо.

Для дослідження кожного об'єкту експрес-діагностики необхідно підібрати чітку і обмежену кількість показників, котрі зможуть допомогти якнайточніше визначити його стан. Після обрання цих показників необхідно зібрати інформацію про них на основі усіх облікових та позаоблікових даних.

Сьомий етап експрес-діагностики передбачає порівняння отриманих показників із нормативними та показниками, котрі розраховують за середньоарифметичним способом у межах усієї галузі. За зразок необхідно брати дані підприємства-лідера та порівнювати ці показники із фактичними, отриманими у результаті експрес-діагностики.

Як наслідок, отримуємо попередній висновок про поточний стан справ на підприємстві, його недоліки та можливості, що дає змогу сформувавши інформаційну базу даних, на основі якої менеджери різних рівнів управління, власники та інші суб'єкти експрес-діагностики прийматимуть реактивні управлінські рішення. Якщо встановлений діагноз демонструє, що об'єкт дослідження "здоровий", то на даному етапі експрес-діагностика закінчується, або ж приймається рішення про проведення профілактичних дій. Доцільно зауважити, якщо стан підприємства, чи іншого об'єкта дослідження ідентифікується, як "нездоровий", то потрібно провести більш поглиблену фундаментальну діагностику для дослідження причин, що викликали такий стан.

У більшості випадків для експрес-діагностики характерним є обмеженість інформаційного забезпечення, тому ті дані, які можна отримати повинні бути якомога точнішими та достовірнішими. Проте основними джерелами інформації повинна бути лише облікова та поза облікова інформація та дані спеціальних досліджень.

Дана послідовність дозволяє ефективно здійснити експрес-діагностику будь-якого об'єкта дослідження діяльності підприємства з урахуванням принципів експресності, оперативності, телеологічності та інших.

1. Копчак Ю.С. Проблеми діагностики фінансового стану і стійкості функціонування підприємства // Вісник СумДУ. – 2004. – № 9 (68). – С. 23-34. 2. Адаптивные модели в системах принятия решений: Монография / Под ред. Н.А. Кизима Т.С. Клебановой. – Х.: ИД "ИНЖЭК", 2007. – 368 с. Русск.яз.3. Мельник О. Г., Гром'як О.Б. Експрес-діагностика діяльності підприємства: сутність та призначення // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 22.2. – С. 159-165.

ГРОНСЬКА Н.С., ДАНКІВ Р.Р.
Національний університет "Львівська політехніка"
Львівський державний університет внутрішніх справ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗШИРЕННЯ СФЕР ВПЛИВУ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

© Н.С. Гронська, Р.Р. Данків, 2012

Основною характерною рисою будь-якої системи мікро-мезо¹-макро-мезо²-мега-мезо³-метаорганізаційного рівня є механізм її зв'язків, на підставі яких вони інтегруються із будь-яким світом подій та іншими системами.

Найбільш загальною в світі економічних подій (градація якого охоплює модифікації реального світу: раціональний, абстрактний, віртуальний) вважається полісистема менеджменту, як множини локальних систем, до яких в т.ч. відносимо системи маркетингу та логістики.

Кожна із цих систем має свої настійні вимоги, синергічні зв'язки, між якими створюють підстави для інтеграції та посилення відповідальності за стабільність функціонування. До їх числа відносимо ендогенні та екзогенні економічні, суспільні, структурні зв'язки.

Економічні ендогенні зв'язки забезпечують (на основі оцінки якості і вартості товарного продукту) створення механізму комплексного впливу та компенсаційних резервів, наявність ринкової клієнтури та існування конкуренції.

Суспільні ендогенні зв'язки формуються за вимогами безпеки, певності і довіри до виробника товарного продукту, соціальних традицій, досягнення рівня самоорганізації ієрархічних структур суспільства.

Структурні екзогенні зв'язки охоплюють інституційних та індивідуальних клієнтів за потребою технологічних, консультативних послуг. Вони являються складовою частиною управління зовнішнім енергоінформаційним обміном, впливають на зміну екологічного стану довкілля.