

грн.) встановлено для препаратів «Дискус Композитум» і «Мукоза Композитум» у формі розчинів для ін'єкцій №5 виробництва «Біологіше Хайльміттель Хеель ГмбХ» (Німеччина).

Висновки. За результатами аналізу асортименту аптеки встановлено переважання ГЗ німецького виробництва у формі таблеток і пероральних крапель. Отже, з метою гармонізації асортименту аптеки вважаємо за доцільне проведення оцінки споживчих переваг щодо придбання ГЗ і економічної доцільності включення до асортименту більшої кількості ГЗ українських виробників.

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ В АПТЕКАХ

Жадько С. В., Кузнецова К. Г., Плахотнік Ю. В., Кандул Алі
Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна
kuznetzova.katya@ukr.net

Управління асортиментом є однією з найважливіших функцій будь-якого підприємства, яка визначає ефективність роботи підприємства і ринковий успіх в цілому. Одними із найважливіших завдань торгових підприємств є оптимізація пропорційного співвідношення величини товарообігу і обсягів товарних запасів, оскільки надлишок товарних запасів може привести до фінансових втрат, а недостатній їх обсяг може негативно позначитися на задоволенні споживчого попиту. Проблема кількісного виміру обсягів товарних запасів лікарських засобів (ЛЗ) та інших товарів «аптечного кошика», а також визначення їх необхідної величини для потреб товарообігу є досить актуальною для аптек і аптечних мереж.

Мета роботи – опрацювання маркетингових підходів до управління асортиментом ЛЗ в аптеках на прикладі гепатопротекторів з використанням методів XYZ-аналізу і прогнозування.

Одним із маркетингових підходів до управління асортиментом є XYZ-аналіз, який дозволяє ефективно аналізувати асортимент, оптимізувати його якісний і кількісний склад і керувати закупівлями. Даний метод полягає у розрахунку для кожної асортиментної позиції коефіцієнта варіації, який показує відхилення обсягів продажів від середнього значення. Критеріями XYZ-аналізу можуть бути обсяги продажів у натуральних і грошових показниках, сума реалізованої торговельної надбавки. Результатом XYZ-аналізу є групування товарів за трьома категоріями, враховуючи стабільність обсягів продажів: X, до якої потрапляють товари з коефіцієнтом варіації 0-10%; Y – 10-25% і Z – 25 % і вище.

З використанням електронної бази даних аптечного підприємства нами проведений XYZ-аналіз асортименту гепатопротекторних ЛЗ за 2018 рік. Протягом досліджуваного періоду в асортименті аптеки були присутні 44 асортиментні позиції гепатопротекторів, з них 24 ЛЗ вітчизняних виробників, 20 ЛЗ – зарубіжних виробників. З урахуванням специфіки сфери застосування даного методу і об'єктів (ЛЗ) нами були обрані інші градації категорій X, Y, Z. Для категорії X використаний діапазон 0–30%, для категорії Y – 31-50%, для категорії Z – 51-100%. У результаті проведеного аналізу гепатопротекторні ЛЗ були розподілені на три категорії.

ЛЗ, що входять до категорії X (Ессенціале Н; Ессенціале Форте Н; Глутаргін концентрат для приготування розчину 400 мг / мл ампули по 5мл № 10) характеризуються стабільною величиною споживання і високим ступенем прогнозування попиту. Тому вони обов'язково повинні бути в асортименті аптеки і забезпечені достатнім товарним запасом. ЛЗ, які потрапили до категорії Y (Глутаргін, таблетки по 0,75 г №10; Карсил і Карсил Форте; Антраль, таблетки по 0,1 г і 0,2 г; Орнілів; Далмаксін; Гепар; Лівенціале Форте; Хепель та Хепель Н) мають значні коливаннями попиту і середні можливості прогнозування, що потребує більш уважного підходу до формування товарних запасів. ЛЗ, які входять в категорію Z (Гепамерц; Гепадиф, Гепаризин; Гептор-Фармекс; Біціклол; Гепадиф, Валартин; Енерлів; Еслідин; Дарсил; Розторопші плоди; Лесфаль; Орнітокс; Галстена; Лів.52;

Легалон 140; Силібор Макс і Силібор Форте; Левасил та ін.) характеризуються нерегулярним попитом, який важко прогнозувати.

Ефективне управління асортиментом ЛЗ потребує використання надійних методів прогнозування попиту, котрі дадуть можливість передбачати, який обсяг ЛЗ буде реалізований і який прибуток може отримати аптека. Найбільш відомими методами прогнозування попиту є метод експертних оцінок, метод часових рядів, казуальний метод. Суть методу експертних оцінок полягає у проведенні експертами інтуїтивно-логічного аналізу проблеми з кількісною оцінкою суджень і формальною обробкою результатів. Казуальний метод прогнозування заснований на врахуванні впливу різних факторів на продажі (змін у законодавстві і податковій системі, економічній і політичній ситуації, рівня інфляції тощо). Метод аналізу часових рядів дозволяє прогнозувати обсяг продажів на підставі наявних відомостей його обсяг у минулі періоди.

Нами здійснене прогнозування продажів для трьох ЛЗ (Ессенціале Н; Ессенціале Форте Н; Глутаргін концентрат для приготування розчину 400 мг / мл ампули по 5 мл № 10), які відповідно до XYZ-аналізу потрапили до категорії Х. Для отримання надійного прогнозу визначені і враховані коефіцієнти сезонності: для Ессенціале Н – 0,8-1,71; для Ессенціале Форте Н – 0,8-1,57; для Глутаргін концентрат для приготування розчину 400 мг/мл ампули по 5 мл №10 – 0,65-1,56. Співставлення прогнозних показників із фактичними обсягами продажів за січень-березень 2019 р. свідчить про високу надійність даного методу прогнозування.

Отже, для управління асортиментом ЛЗ в аптеках доцільним є прогнозування попиту на ЛЗ з використанням методу часових рядів, а саме лінійного тренду. Такий прогноз на основі попереднього групування ЛЗ з використанням XYZ-аналізу дозволяє аптеці точніше планувати обсяги продажів, враховуючи коливання попиту протягом року, ефективно управляти асортиментом, планувати заходи стимулювання збуту тощо.