

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ ПРАКТИЧНОГО ВИКОРИСТАННЯ АВС-АНАЛІЗУ ПРИ УПРАВЛІННІ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ЛІКАРСЬКИХ ЗАСОБІВ

Кузнецова К. Г., Плахотник Ю. В., Жадько С. В.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків, Україна

kuznetzova.katya@ukr.net

Потреби й бажання клієнтів постійно змінюються, так само як і економічні умови ринку. Тому управління асортиментом є найважливішим бізнес-процесом більшості підприємств. Існує досить багато різних методів аналізу асортименту, які так чи інакше можна використовувати при його плануванні. Серед класичних методів найбільш ефективним вважається АВС-аналіз. Саме тому ми вирішили розглянути можливості його практичного використання при управлінні асортиментом лікарських препаратів.

Мета роботи – проаналізувати можливості практичного застосування АВС-аналізу при управлінні товарним асортиментом лікарських засобів.

АВС-аналіз – це спосіб нормування асортименту й контролю за його станом, який полягає в розділенні номенклатури товарно-матеріальних цінностей, що підпадають під реалізацію, на три нерівномірних підмножини А, В, С на основі деякого формального алгоритму.

Види АВС-аналізу: динамічний (аналіз заснований на врахуванні впливу тимчасового фактора на структуру й розміри вибірки для аналізу (періоду спостереження). Аналізовані номенклатурні позиції можуть мігрувати з однієї групи в іншу. Це пов'язано з різними обставинами – сезонністю, життєвим циклом товару, економічною ситуацією на ринку, модою і т.п. Інакше кажучи, необхідний АВС-моніторинг, який дозволить виявити стійкий тренд міграції і прийняти необхідні управлінські рішення); дво- і багатофакторний (класичний АВС-аналіз проводиться за одним критерієм. Проблема в тому, що будь-яка бізнес-ситуація не може бути описана єдиним критерієм. Часто потрібне використання від двох до чотирьох критеріїв. Одним з рішень є проведення АВС-аналізу для кожного з критеріїв окремо (паралельно), а потім визначення методом парних порівнянь сукупностей номенклатурних позицій, що входять у групи).

У результаті проведення методу аналізовані ресурси класифікують на три групи:

- група А (найважливіші ресурси компанії) – забезпечує 80% продажів / прибутку, зазвичай становить 15-20% від усіх ресурсів;
- група В (група ресурсів, які забезпечують хороші стабільні продажі / прибуток компанії) – забезпечує 15% продажів / прибутку, зазвичай становить 35-20% від усіх ресурсів;
- група С (найменш важлива група ресурсів в компанії) – забезпечує 5%

продажів / прибутку, зазвичай становить 50-60% від усіх ресурсів.

Який показник ставити в основу ABC аналізу – прибуток або валовий продаж – також вирішувати виконавцю аналізу. В кожному окремому випадку все залежить від цілей аналізу.

Межі груп можуть змінюватися й встановлюватися індивідуально кожною компанією. Існує декілька способів визначення меж груп:

1. Емпіричний метод – вибір меж груп на основі вашого досвіду, рекомендацій експертів або результатів проведених досліджень. Найпоширеніший варіант цього методу передбачає наступні межі за обсягом обраного показника наростаючим підсумком: група А – нижня межа 80%; група В – нижня межа 95%; група С – решта.

2. Метод сум – межі визначаються за значенням суми двох показників – частка за обсягом наростаючим підсумком і частка за кількістю наростаючим підсумком.

3. Метод двох дотичних – на діаграмі Парето проводять хорду, потім з'єднують першу й останню точки кривої. Будують дотичну до кривої Парето, паралельну хорді. Точка дотику буде визначати нижню межу групи А. Проводять другу хорду і з'єднують першу точку дотику й останню точку кривої. Будують другу дотичну до кривої Парето, паралельну другій хорді. Друга точка дотику буде визначати нижню межу групи В.

З використанням електронної бази даних нами проведений аналіз асортименту гепатопротекторних лікарських засобів в аптечному підприємстві за період 2017-2018 років. Використаний двофакторний ABC-аналіз за критеріями обсягів продажів у грошових показниках (ABC) і натуральних показниках (A'B'C').

Протягом досліджуваного періоду в асортименті аптеки були присутні 44 гепатопротектори, з них 24 препаратів вітчизняних виробників, 20 препаратів – зарубіжних виробників. Усього в аптеці у 2017 р. було реалізовано 1415,24 упаковок гепатопротекторів на суму 334,3 тис. грн., у 2018 р. – реалізовано 1380,04 упаковок гепатопротекторних лікарських засобів на суму 330,2 тис. грн.

Межі груп А, В і С визначалися методом двох дотичних, що дозволило більш чітко розподілити лікарські засоби при відхиленні отриманих результатів від класичного розподілу Парето.

Препарати, які входять до групи AA' (Ессенціале Н; Ессенціале Форте Н; Глутаргін, таблетки 0,75 г №10; Глутаргін Алкоклін, порошок для орального розчину №10; Глутаргін, концентрат для розчину, 400 мг / мл); АВ (Гепамерц гранули), приносять максимальний дохід аптеці. Такі препарати потрібно не тільки залишати в асортименті аптеки, але й жорстко контролювати, чітко прогнозу-

вати, часто моніторити та забезпечувати достатність товарних запасів. Препарати, що входять до групи ВА' (Карсил; Антраль, таблетки 0,2 г) і ВВ' (Гепадиф; Валартин капсули; Карсил Форте), – група, яка забезпечує хороші стабільні продажі й прибуток аптеці. Дані препарати також важливі для аптеки, але їх продажі можна відстежувати менш ретельно. Дані препарати зазвичай є «дійними королями», відносно стабільні у короткостроковій перспективі.

Препарати, що входять в групу ВС' (Гепаризин, Валартін; Ларнамін гранули для орального розчину і концентрат для розчину; Гептор-Фармекс; Глутаргін концентрат для розчину 40 мг; Біциклол; Гепадиф; Валартін порошок для розчину для ін'єкцій; Енерлів; Еслідін; Глутаргін розчин для ін'єкцій 200 мг/мл) приносять дохід аптеці, але не дуже добре продаються. Можливо, це пов'язано з високою ціною, меншою популярністю порівняно з іншими препаратами, а також специфічною формою випуску деяких препаратів, що входять до цієї групи (багато з них можуть застосовуватися тільки в умовах стаціонару). Тому можна порекомендували постачати ці лікарські засоби в аптеку під замовлення споживачів.

Препарат, що входить до категорії АС' (Гепамерц концентрат для розчину), за аналізований період часу погано продавався, але приніс аптеці хороший прибуток за рахунок високої вартості за одну упаковку. Сам препарат є специфічним, бо застосовується переважно при стаціонарному лікуванні, тому рекомендуємо закуповувати його тільки на замовлення. Для аптек, які розташовані неподалік від лікарні (гастроентерологічного відділення), цей препарат варто залишити в асортименті (при закупівлі у кількості 1-2 упаковки).

Препарати, що входять до групи СВ' (Дарсил; Глутаргін таблетки 0,25 г №10; Глутаргін Алкоклін, порошок для орального розчину №2; Розторопші плоди), є більш дешевими аналогами або менш популярними формами випуску лікарських засобів, які входять до категорії АА', АВ', ВА' і ВВ'. Аптеці не варто відмовлятися від цих препаратів, бо не всі покупці можуть собі дозволити дорогі лікарські засоби з вищевказаних категорій, отже, попит на більш дешеві аналоги залишатиметься.

Препарати, що входять в групу СС' (Лесфаль; Орнітокс; Галстена; Далмаксін; Лів.52; Орнілів; Легалон 140; Хепель і Хепель Н; Силібор Макс і Форте; Гепар; Лівенціале Форте; Левасил; Антраль таблетки 0,1 г) – найменш важлива група в аптеці. Продажів і прибутку від цих препаратів практично немає, а отже, закуповувати й зберігати їх в аптеці нерентабельно, тому за рахунок цих лікарських засобів можливе скорочення асортименту аптеки.

Отже, на основі виконаної роботи можна зробити висновок, що АВС-аналіз є важливим інструментом для прийняття маркетингових рішень при управлінні асортиментом лікарських засобів.