

УДК 615.1:339.138

Софронова І.В., Свешніков А.С.

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Маркетингове управління асортиментною політикою аптечної мережі в умовах воєнного стану

sofronova.nfau@gmail.com

Постановка проблеми. За часів, коли ризик виникнення небезпечної життя та здоров'я ситуації вкрай великий, своєчасне забезпечення населення фармацевтичними товарами різних груп важко переоцінити. Тимчасова окупація міст та регіонів, як наслідок – обмеження пересування та закриття транспортних маршрутів, комендантська година, неможливість оперативного реагування на потреби населення, що стрімко збільшуються – все це та багато іншого призвело до підвищеного навантаження на фармацевтичний сектор української економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Були проаналізовані основні проблеми, з якими зіткнулися українські аптеки у період воєнного стану. Лікарські засоби відносяться до стратегічних та критичних видів продукції для забезпечення потреб населення, частка їх є життєво необхідними. Відповідно до статті 22 Закону України «Про лікарські засоби», для формування та збереження загальнодержавних запасів лікарських засобів на випадок стихійного лиха, катастроф, епідемічних захворювань Кабінет Міністрів України або уповноважений ним орган утворює та визначає спеціалізовані державні установи та організації. З цією метою він може також укладати відповідні договори із суб'єктами підприємницької діяльності будь-яких форм власності [1].

Відповідно до статті 54 Закону України «Основи законодавства України про охорону здоров'я», установи охорони здоров'я несуть відповідальність за забезпечення належного режиму зберігання та реалізації, а також за підтримання обов'язкового асортименту лікарських засобів та імунобіологічних

препаратів, у тому числі необхідного запасу на випадок епідемічних захворювань, стихійних лих та катастроф. При цьому законами не передбачено такого випадку, як військова агресія проти України. [2].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однією з найбільш очевидних ознак тенденції перевантаження фармацевтичного сектору, що викликають численні побоювання, стала втрата стійкості існуючої моделі асортиментної політики аптечних мереж, що проявляється насамперед у дефіциті різних лікарських засобів, а також зниження доступу населення до ліків.

Мета дослідження полягає в тому, щоб розробити та обґрунтувати модель комплексної оптимізації асортиментної політики аптечної мережі в умовах українського ринку під час воєнного стану. Серед завдань дослідження: виявлення проблем планування та реалізації асортиментної політики аптечної мережі в умовах воєнного стану; проведення SWOT-аналізу у воєнний період; проведення опитування споживачів щодо їх побажань з приводу функціонування аптек мережі та їх асортименту; виділення напрямків комплексної оптимізації асортиментної політики аптечної мережі в умовах воєнного стану в Україні.

Методи дослідження. У дослідженнях використано системний підхід, логічний аналіз; методи угруповання та порівняння; методи маркетингових досліджень (опитування споживачів); SWOT-аналіз, метод моделювання.

Виклад основного матеріалу дослідження.

В умовах військового стану виникло багато проблем з забезпеченням населення лікарськими засобами, про що свідчать черги, що утворювалися в аптеки на початку військової агресії. Була зруйнована інфраструктура, заблоковані населені пункти, наявні окуповані території, відсутні гуманітарні коридори, порушені існуючі логістичні ланцюги. За таких умов наявність резервів лікарських засобів має особливе значення, у тому числі у роздрібному секторі саме на базі аптек. Відомо, що з початку військової агресії Російської Федерації проти України, особливо у регіонах, де безпосередньо велися бойові

дії, доступність населення до ліків різко погіршилася, а подекуди була навіть критичної. У цьому було дві причини. По-перше, порушення логістичних ланцюгів, по-друге, різке зменшення кількості аптек, що функціонують [3]. Головними проблемами, окрім втрати аптек, представники роздрібного сегменту називають зруйновану логістику, нестачу персоналу та дебіторську заборгованість перед постачальниками, роботу з ними за передоплатою, відшкодування за втрачену продукцію, та проблеми з постачанням товару на прифронтові території. [4].

Асортиментна політика – це формування асортименту товарів залежно від потреб ринку, фінансових можливостей підприємства та його стратегічних цілей. Окрім стратегічних довгострокових, асортиментна політика передбачає також й короткострокові цілі, що корелюються із поняттям сезонності – регулярною зміною попиту та пропозиції залежно від пори року.

Асортиментна політика встановлює зв'язок між вимогами ринку, з одного боку, та намірами та можливостями компанії з іншого. Завдання асортиментної політики полягає в тому, щоб у кожний даний момент та на перспективу, набір товарів, що випускаються фірмою, оптимально відповідав потребам споживачів як за якісними характеристиками, так і щодо кількісних обсягів.

Однією з особливостей товарів аптечного асортименту є сезонність коливань їх реалізації. Аналіз продажів за різними групами лікарських засобів дозволяє виділити ті групи, що найбільш схильні до сезонних коливань. Наприклад, у період осінь-зима підвищується рівень реалізації протизастудних, протівірусних, протизапальних та антибактеріальних засобів, весною та восени – антацидних, противиразкових, антигіпертензивних груп, травень-серпень – протигрибкових лікарських засобів, та засобів для покращення венозного кровообігу. У липні-жовтні попит на вітаміни, навпаки, суттєво знижується. Проте є групи товарів аптечного асортименту які відрізняються стабільністю попиту поза залежністю від сезону. Це рецептурні засоби для лікування хронічних захворювань, знеболювальні засоби, лікувальна косметика, товари для дітей та дитяче харчування.

Було проведено опитування споживачів з метою оцінки ефективності реалізованої асортиментної політики в аптечній мережі. Було виявлено, що більшість респондентів повністю задоволені наведеним асортиментом (83%), ще 9% відзначили, що до війни асортимент був більш повний, інші 6% респондентів вказали, що незадоволені поточним асортиментом товарів аптечної мережі. Крім цього, 2% респондентів, які взяли участь в анкетуванні, вказали, що аптечна мережа завжди мала деякі проблеми з певними групами товарів навіть до введення воєнного стану в Україні. Слід відмітити, що в умовах військового стану змінився ступінь важливості та потреб окремих категорій товарів. Так, фіксується, що потреба на лікарські засоби серед опитаних респондентів зросла на 8%, потреба у категорії товарів «предмети та засоби для догляду за новонародженими та дітьми до 3-х років» збільшилася на цілих 35%, а потреба на медичні вироби - на 23%.

При оцінці вагомості споживацьких переваг при купівлі лікарських засобів було з'ясовано, що більша частина опитаних респондентів вважає за краще купувати ліки, орієнтуючись переважно на його ефективність (52%), інша частина опитаних, а саме 38% респондентів, вказали, що при виборі лікарського препарату керуються переважно ціною, 23% учасників дослідження вказали, що віддадуть перевагу лікам більш відомої фірми, але за більш високою ціною.

На наступному етапі оцінювалися найвагомші для споживачів фактори, що вплинули на вибір саме даної аптечної мережі при купівлі необхідних лікарських засобів. Проведене опитування показало, що більшість учасників дослідження обирає дану аптечну мережу через близькість розташування аптек до місця проживання (84%), 71% респондентів зазначили, що ключовим фактором є широкий асортимент товарів, для 69% головним фактором стало те, що в аптечній мережі доступні ціни на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту.

Проведено SWOT-аналіз, який показав, що основними є сильними сторонами досліджуваної аптечної мережі є популярність бренду, лояльність із

боку споживачів, різноманітність асортименту; доступність цін на лікарські засоби та інші товари аптечного асортименту, наявність великої кількості аптек мережі у різноманітніших куточках українських міст та регіонів. До слабких сторін відносяться проблеми з логістикою та доставкою товарів під час війни та окупації українських територій; труднощі закупівлі деяких лікарських товарів з-за кордону через ускладнення логістичних зв'язків; підвищення вартості оренди та транспортних витрат. До можливостей можна віднести значний потенціал зростання за рахунок задоволення потреб покупців під час війни на різні категорії товарів аптечного асортименту, консультації та замовлення товарів за допомогою цифрових додатків.

На підставі аналізу умов, проблем, та завдань визначені основні напрями забезпечення оптимальної асортиментної політики аптечної мережі в умовах воєнного стану:

Звернути увагу керівництва та персоналу мережі та зробити акцент на те, що завданням аптечної мережі в непростих умовах воєнного стану є не стільки отримання прибутку, а насамперед виконання її соціальної функції щодо забезпечення населення якісними та доступними лікарськими засобами.

Оптимізація планування асортименту є конче важливим та актуальним напрямом в умовах надзвичайної ситуації через військову агресію проти України. Структуру аптечного асортименту в поточних умовах мають складати переважно товари обов'язкового аптечного асортименту, на формування якого впливають перелік життєво необхідних та найважливіших лікарських засобів.

Для формування асортименту та забезпечення належного рівня прибутковості аптек рекомендується ранжування асортиментних позицій за прибутком, для чого можна використати АВС-аналіз, з виділенням груп за принципом Парето (20% асортименту приносять 80% прибутку). До групи А включаються препарати, що дають 80% прибутку за звітний період. Їм надається значна увага при формуванні, контролі асортименту та резервних запасів. Група В містить препарати, що дають приблизно 15% прибутку та при певних маркетингових зусиллях може перейти до групи А. Всі інші відносять

до групи С та забезпечують лише біля 5-10 % прибутку, але у фармацевтичній сфері навіть такі товари не виключаються з аптечного асортименту, бо мають певну соціальну роль та задовольняють потреби населенні для лікування певних захворювань.

Створення резервів окремих груп лікарських препаратів, підхід до якого у кількісному та якісному вимірі має бути диференційованим. Рекомендується створювати резервні запаси на базі кожної аптеки мережі, де це дозволяють умови. Для визначення обсягу утримуваного запасу довгострокового зберігання мають бути розроблені відповідні критерії з урахуванням параметрів аптеки, а саме матеріальної бази, можливих ресурсних можливостей (кошти, персонал, площа складських приміщень), обсягів товарообігу та регіону місцезнаходження. Особливу увагу слід приділити створенню резервів таких груп як серцево-судинні, знеболювальні, заспокійливі, протизапальні, снодійні, антидіабетичні та інші лікарські засоби, а також окремі перев'язувальні засоби. Цей перелік повинен формуватися для кожної конкретної аптеки мережі, виходячи з особливостей та потреб району/регіону, в якому вона розташована.

Постійний моніторинг змін попиту та споживацьких переваг, визначення незадоволеного попиту. При цьому слід враховувати визначення цільової аудиторії покупців, її платоспроможності та зміни даних показників у зв'язку з війною, що триває та місцеві умови, оскільки безперечно, що купівельна спроможність та потреби населення у сільській місцевості та місті можуть значно відрізнятись. Також за умов воєнного стану більше уваги слід приділяти моніторингу демографічної ситуації у тому чи іншому регіоні, показників міграції населення та пріоритетними положеннями маркетингової стратегії аптечної мережі в умовах введеного воєнного стану в Україні слід вважати акцент на різні категорії споживачів та врахування їх актуальних потреб.

Для формування оптимального асортименту необхідно запровадити ефективну систему моніторингу дефектури через аналіз відмов запитам покупців конкретних аптек за будь-якими асортиментними позиціями чи певними категоріями з використанням цифрових можливостей та забезпечити

своєчасне замовлення лікарських засобів до аптек мережі шляхом налагодження процесів внутрішньої логістики в умовах військового стану.

Отже, до основних складових моделі оптимізації асортиментної політики аптечної мережі можна віднести постійний моніторинг позицій підвищеного та стабільного попиту та формування їх запасів; швидке реагування на зміни потреб споживачів; мінімізація витрат при формуванні асортименту; зниження ризику втрат; оптимізація системи управління запасами; підтримання позитивного іміджу аптечного закладу через стабільність асортименту; оперативне формування запитів на закупівлю позиція аптечного асортименту.

Використовуючи запропоновану методику комплексної оптимізації асортиментної політики аптечної мережі, у перспективі можна налагодити процеси внутрішньої логістики в умовах військового стану, а також ефективно підтримувати асортимент фармацевтичної продукції на належному рівні.

Висновки. Виявлено проблеми планування та реалізації асортиментної політики аптечної мережі в умовах воєнного стану; проведений SWOT-аналіз досліджуваної аптечної мережі у воєнний період; проведено опитування споживачів щодо функціонування аптек мережі та їх асортименту; виділені напрямки комплексної оптимізації асортиментної політики аптечної мережі в умовах воєнного стану.

Перспективи подальших досліджень. Процес формування та оптимізації асортименту аптечного підприємства є процес постійний, що потребує моніторингу та швидкого реагування на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища, особливо в умовах підвищеного ризику, обмежених ресурсів, розгалуженої логістики, пов'язаних з воєнним станом у країні.

Перелік використаних джерел інформації.

1. Pharma pid chas viyny: peveorientatciya z antikovidnih na krovospynni, zruinovani sklady ta migratziya provizoriv [Pharma during the war: reorientation from anti-COVID to hemostatic, destroyed warehouses and migration of pharmacists]. Retrieved from <https://mind.ua/publications/amp/20248405-farma-pid->

[chas-vijni-pereorientaciya-z-antikovidnih-na-krovospinni-zrujnovani-skladi-ta-migraciya-pro](#) [in Ukrainian]. (2023, January, 12).

2. Nazarkina V.M. (2020). Doslidzhennya normativno-pravovoi bazi v sferi zabezpechennya dostupnosti likiv dlya naselennya [Research of the regulatory framework in the field of medication accessibility to the population]. *Pharmatsevtichni chasopys [Pharmaceutical articles]. no 1*, 106-116. [in Ukrainian].

3. Ohorona zdorovya pid chas viyny: potochni zmini I podalsha strategichna rozbudova [Health care in times of war: current changes and further strategic development]. Retrieved from <https://eba.com.ua/ohorona-zdorov-ya-u-chasy-vijny-potochni-zminy-i-podalsha-strategichna-rozbudova/> [in Ukrainian]. (2023, January, 14).

4. Pashkov V., Gnedyk E. (2022). Pharmatsevychna polityka derzhavy v umovah voennogo stanu [Pharmaceutical policy of the state in the conditions of martial law]. *Publichne Pravo [Public law]. no 2*, 80–90. [in Ukrainian].

Sofronova I.V., Sveshnikov A.S

Marketing management of the assortment policy of the pharmacy network in the conditions of martial law

The effectiveness of the assortment policy of the pharmacy chain in the context of the introduced martial law has been analyzed. Directions of the comprehensive optimization of the assortment policy of the drugstore chain in the conditions of martial law have been introduced.

Keywords: assortment policy, pharmaceutical products, medicines, pharmacy network, martial law, product range management.