

ВИВЧЕННЯ ПОЛІТИКИ РОЗПОДІЛУ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Олійник О.Е., Софронова І. В.**

доцент кафедри менеджменту та маркетингу у фармації

напряму підготовки «Фармація», 5 курс

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Сучасне фармацевтичне підприємство на цей час вимушено постійно адаптувати свою збутову політику до умов ринку, що обумовлено мінливістю зовнішнього середовища, високим рівнем насичення ринку, посиленням конкуренції на фармацевтичному ринку та зростанням вимог споживачів до якості лікарських засобів. Розподіл є значущим важелем забезпечення переваг підприємства у конкурентній боротьбі.

Об'єктом наших досліджень є ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я». На першому етапі досліджень був проведений ABC-XYZ-аналіз за критеріями обсягів та прогнозованості збуту лікарських засобів компанії, за результатами якого виділені найбільш перспективні асортиментні позиції для подальшого виробництва та розвитку (Еналаприл-Здоров'я, Трамадол, Глутаргін, Норфлуксацин, Ранітидин).

Також проведено вивчення ефективності посередників на підставі аналізу обсягів реалізації, структури продажу продукції підприємства, та прогнозування майбутніх закупівель.

Був проведений розрахунок рейтингу посередників компанії. Експертами співробітниками підприємства були оцінені такі параметри, як обсяги закупівель, репутація оптової фірми на ринку, тривалість співробітництва з фірмою, комунікативні можливості посередника, своєчасність оплати замовлень, кваліфікація співробітників оптової фірми, тривалість укладених контрактів з фірмою та інші. Розрахунок рейтингу дав змогу виявити найперспективніших для ТОВ «Фармацевтична компанія «Здоров'я» дистриб'юторів: «Оптима-Фарм», «Артур-К», «БадМ», «Фіто-Лік» та інші.