

Кушакова К.А.,

студент

2 курс, Институт естественных наук и фармации

Марийский государственный университет

Россия, г. Йошкар-Ола

Конакова А.В.,

студент

2 курс, Институт естественных наук и фармации

Марийский государственный университет

Россия, г. Йошкар-Ола

НОВЫЕ СПОСОБЫ ФОРМИРОВАНИЯ РАЦИОНАЛЬНОГО АССОРТИМЕНТА В АПТЕЧНОЙ СЕТИ

***Аннотация:** В этой статье описываются новые способы формирования рационального ассортимента и управления ими в сетях аптек.*

***Ключевые слова:** ассортимент, комплектование ассортимента, управление ассортиментом, оценка, дефектура, анализ товарооборота.*

***Annotation:** This article describes new ways to create a rational assortment and manage them in a pharmacy chains.*

***Key words:** assortment, picking, of assortment, assortment management, assessment, the outs analysis of turnover.*

С каждым днем аптечные организации занимаются решением задач, которые в большинстве случаев связаны с правильным комплектованием и профессиональным управлением ассортимента. Существуют определенные виды товарной продукции, которые составляют аптечный ассортимент: лекарственные препараты (ЛП), изделия медицинского назначения (ИМИ), косметические средства и биологические активные добавки (БАД).

Управление аптечным ассортиментом довольно сложный и кропотливый процесс, требующий от работников аптечной сети огромного профессионализма и умения реализовать свои навыки и знания в своей деятельности. Более того, существуют нормативные документы, регламентирующие на наличие необходимого ассортимента лекарств. Из-за значительных ограничений аптечного ассортимента появляются усложнения при точном подсчете потребностей лекарственных средств.

В наше время на фармацевтическом рынке идет огромная конкуренция по реализации торговых наименований лекарственных препаратов. Следовательно, главной задачей аптечных организаций считается удовлетворение потребительского спроса покупателей. Это значит уметь привлекать своих клиентов низкими розничными ценами, разнообразным выбором ассортимента. От фармацевта-провизора требуется качественное обслуживание покупателей: умение правильно подбирать другой препарат, которого нет на данный момент в наличии, терпеливо общаться и разъяснять клиенту разборчиво и доступно о применении того или иного лекарства. Нерациональный спрос ассортимента товаров отрицательно влияет на уровень дохода, ослабляется положение с конкурентами на фармацевтическом рынке и это может привести к падению экономической устойчивости аптечных организаций.

Для грамотного комплектования ассортиментной политики аптечных учреждений, необходимо участие пациентов, врачей, фармацевтов и государства, которые определяют свои предпочтения на фармацевтическом рынке. Для начала надо прислушиваться к интересам покупателей, чтобы пациент смог получить высококачественное обслуживание. Аптечные учреждения, расположенные в тихих, неоживлённых местах должны иметь в наличии самые необходимые товары на случай первой медицинской помощи. В ассортимент особо важных препаратов входят лекарства для детей, недорогие препараты (аналоги обезболивающих средств, от хронических болезней).

Выделяют несколько этапов комплектования аптечного ассортимента. На рисунке 1 представлены этапы оценки и управления ассортиментом аптечной организации.



Рисунок 1.

Первый этап решает вопрос о продаже лекарственных средств.

Аптечный ассортимент составляется из востребованного спроса лекарственных средств покупателями, который зависит:

- от времени года (сезонные товары);
- категории покупателей в данной аптеке (молодые семьи, пенсионеры, работники и т.д.);
- рекламных компаний фармацевтических производителей;
- расположение аптек вблизи лечебных профилактических учреждений и соответственно рецептурных назначений врачей.

Второй этап включает анализ и оценку показателя ассортимента по количеству и качеству. Все эти характеристики будут применены для расчета седативных средств.

Третий этап выдвигает оценку управления аптечным ассортиментом.

Следует регулярно проводить анализ своей работы для рационального формирования и управления аптечным ассортиментом. Выделяют основные

способы формирования и управления аптечного ассортимента такие, как анализ дефектуры и анализ собственных продаж.

В идеале аптечная организация должна удовлетворить спрос покупателя без дефектуры товара, чтобы увеличить свою прибыль. Анализ дефектуры распространен, поэтому им пользуются практически все аптеки. У этого анализа имеются свои недостатки, потому что система отслеживания дефектуры является недостаточно эффективной, поэтому могут быть неточные данные. Исследование потребительского спроса для получения объективных данных в единственной аптеке не является обобщающим результатом.

Анализ собственных продаж. Этот способ применяется при определении оптимального количества остатков товаров, но его рентабельность опирается на периодическое пополнение ассортимента с учетом направления фармацевтического рынка.

К главным методам анализа собственных продаж относится ряд операций, а именно:

- Анализ чеков (производится для определения ассортимента товара по различным группам покупателей, для большего стимула продаж, за счет выставления наиболее продаваемого товара на витрины и комбинирование их с другими препаратами);

- Анализ динамики объема продаж, количества и средней стоимости покупки (совершается для выявления наиболее корректной стоимости продукта и коррекции основного ассортимента);

- XYZ-анализ оценивает и сравнивает стабильность продаж различных групп лекарственных средств (применяется для оптимизации количества товара и частоты его заказов);

- ABC-анализ структуры товарооборота и маржинального дохода (предполагает анализ ассортимента и его разделение по объему продаж с целью увеличения прибыли за счет оптимизации ассортимента);

- Анализ эластичности и эффективности использования торговых площадей (заключается в проверке эффективности перепланировки в

помещении аптеки, на витрине, применяется при перераспределении места в оптимальное расположение);

Больше всего для работы с управлением ассортимента используются известные ABC - и XYZ-анализы, которые давно являются основой. Но эти способы презентуются, как очень сложные анализы, потому что при деятельности необходимо большое количество данных.

При формировании аптечного ассортимента возникают трудности при планировании практически всех видов работы, которые направлены на подбор товаров для дальнейшей продажи на фармацевтическом рынке и на приведение характеристик этих товаров согласно с требованиями клиентов аптек.

Исходя, из планирования формирование аптечного ассортимента будет непрерывно меняться, и совершенствоваться в течение всего жизненного цикла товара.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лоскутова Е.Е., Пак Т.В., Тарасенко М.А. Рациональный ассортимент — основа эффективной деятельности аптечной организации // Новая аптека. - 2011. - № 1.

2. Вялков А.И., Райзберг Б.А., Шиленко Ю.В. Управление и экономика фармации. - М.: ГЭОТАР-Медиа, 2014. - 460 с.

3. Умаров С.З., Наркевич И.А., Костенко Н.Л., Пучинина Т.Н. Медицинское и фармацевтическое товароведение. - М.: ГЭОТАР-МЕД, 2013. - 368 с.: ил. - (Серия "XXI век").