

В. Л. Аджиенко¹, А. Б. Горячев², Г. Т. Глембоцкая², Т. И. Кабакова³, К. А. Горячева²

¹ ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет» МЗ РФ;

² ФГАОУ ВО «Первый Московский государственный медицинский университет имени И. М. Сеченова» МЗ РФ (Сеченовский университет);

³ Пятигорский медико-фармацевтический институт – филиал ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет» МЗ РФ

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКОЙ НА УРОВНЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ЛЕКАРСТВЕННЫМИ СРЕДСТВАМИ

УДК 614.273:615.15

Одним из механизмов повышения эффективности работы организаций оптовой торговли лекарственными средствами является оптимизация управления ассортиментной политикой в целях обеспечения рентабельности самих оптовых организаций и поддержания общественно необходимого уровня потребления лекарственных средств и других фармацевтических товаров, реализуемых населению через розничные аптечные организации.

В статье представлены результаты контент-анализа научных трудов по менеджменту и маркетингу, а также нормативных правовых актов применительно к оптовому сегменту сферы лекарственного обращения. Рассмотрены основные принципы и проанализированы общие и специфические факторы, воздействующие на оптовые организаций российского фармацевтического рынка при формировании и управлении ассортиментной политикой.

Ключевые слова: оптовая торговля, фармацевтические дистрибьюторы, ассортиментная политика, лекарственные средства

V. L. Adzhienko, A. B. Goryachev, G. T. Glembotskaya, T. I. Kabakova, K. A. Goryacheva

BASIC PRINCIPLES OF MANAGEMENT OF ASSORTMENT POLICY AT THE LEVEL OF ORGANIZATION OF WHOLESALE TRADE IN MEDICINES

One of the mechanisms for increasing the efficiency of drug wholesalers is the optimization of assortment policy management in order to ensure the profitability of both wholesale organizations themselves and to maintain the socially necessary level of consumption of drugs and other pharmaceutical goods sold to the population through retail pharmacy organizations.

The article presents the results of content analysis of scientific works on management and marketing, as well as regulatory legal acts in relation to the wholesale segment of the sphere of drug circulation. The basic principles are considered and general and specific factors affecting the wholesale organizations of the Russian pharmaceutical market in the formation and management of the assortment policy are analyzed.

Key words: wholesale, pharmaceutical distributors, assortment policy, medicines

В настоящее время на отечественном фармацевтическом рынке наблюдается высокая степень концентрации организаций оптовой торговли лекарственными средствами – фармацевтических дистрибьюторов (ФД). Такое положение порой приводит к «ценовым войнам» между конкурентами за возможность увеличения своей доли на рынке.

С другой стороны организации-производители лекарственных средств и других фармацевтических товаров также ограничивают экономические возможности ФД, рассматривая их только в качестве логистических операторов. При этом маржа дистрибьюторского бизнеса снижается в пользу организаций-производителей.

Государственное регулирование цен на отдельные группы фармацевтических товаров (например, включенных в Перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов) значительно влияет рентабельность ФД, существенно усложняет использование других инструментов привлечения клиентов и противостояние зачастую недобросовестным действиям конкурентов.

Основными механизмами эффективной деятельности ФД в настоящее время являются расширение ассортимента фармацевтических товаров, использование дополнительных сервисных услуг для удержания «старых» и привлечения «новых» клиентов. Однако такой подход

связан с ростом финансовых, логистических и других издержек и поэтому ограничивается внутренними возможностями каждого отдельно взятого ФД. Высокая лояльность поставщиков и партнерские отношения с ними также являются ключевыми инструментами для увеличения рентабельности продаж ФД. В целях повышения качества обслуживания клиентов и снижения издержек большинство национальных ФД перешли на высоко автоматизированные склады и компьютеризированную логистику, но и эти резервы практически исчерпаны.

Одним из механизмов повышения эффективности работы ФД является оптимизация управления ассортиментной политикой, направленной как на обеспечение рентабельности самого ФД, так и на удовлетворение потребностей розничной товаропроводящей сети.

ЦЕЛЬ РАБОТЫ

Проведение анализа теоретических аспектов совершенствования процесса управления ассортиментной политикой на уровне организации оптовой торговли лекарственными средствами.

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Работа проводилась путем контент-анализа научных трудов по менеджменту и маркетингу, а также нормативных правовых актов применительно к оптовому сегменту сферы лекарственного обращения.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Согласно федеральному закону от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельно-

сти в Российской Федерации», оптовая торговля представляет собой «вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием» [3].

Оптовая торговля как никакое другое звено, связанное с реализацией товаров, способна активно регулировать региональные и отраслевые рынки за счет накопления и перемещения товаров. Оптовые предприятия призваны совершенствовать товародвижения, развивать централизованные поставки товаров. Важнейшая задача оптовой торговли заключается в регулировании товарного предложения в соответствии со спросом. Объективная возможность успешного решения этой задачи обусловлена промежуточным положением оптовой торговли: в ней концентрируется значительная часть товарных ресурсов [5].

Оптимизация деятельности организаций оптовой торговли лекарственными средствами в сфере является неременным условием функционирования такого направления фармацевтической безопасности нашей страны как обеспечение розничной аптечной сети достаточным по ширине и глубине ассортиментом лекарственных средств и других фармацевтических товаров в целях поддержания общественно необходимого уровня их потребления населением [2, 4, 6].

Процессы формирования и управления ассортимента на оптовом предприятии базируются на ряде основных принципов, для каждого из которых характерны внешние и внутренние факторы (см. рис.) [1].

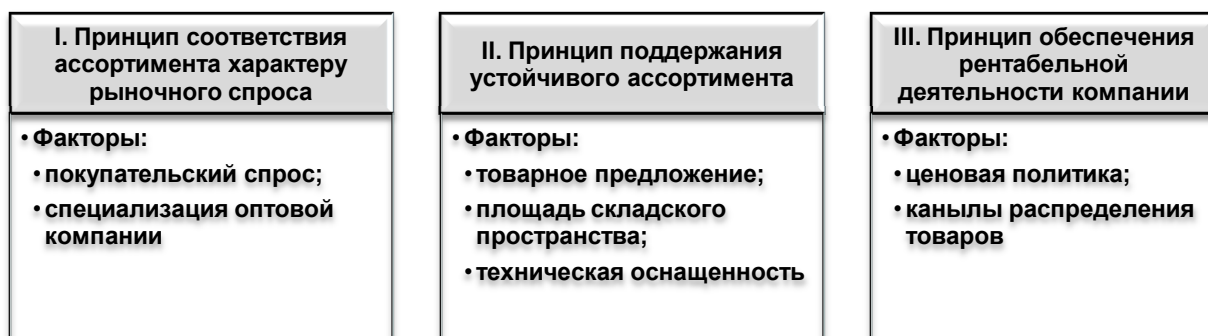


Рис. Основные принципы и факторы формирования ассортимента

I. *Принцип соответствия ассортимента характеру рыночного спроса* устанавливает необходимость содержания в запасах ФД такого ассортимента лекарственных средств и других

фармацевтических товаров, который удовлетворял бы не только аптечные организации, но и конечного потребителя. Например, в сезон гриппа и простуды необходимо содержать повышенный

товарный запас иммуностимулирующих препаратов, витаминов и симптоматических средств на случай возникновения эпидемии.

II. *Принцип поддержания устойчивого лекарственного ассортимента* определяет оптимальную динамику качественного состава ассортимента, направленную на стабильное, бесперебойное обеспечение товарами аптечных организаций. Иными словами, на товары, имеющие колеблющийся спрос, необходимо найти баланс, исключающий как дефектуру товара на складах ФД, так и слишком большой товарный запас. По соотношению продаж и товарного запаса можно судить об эффективности ассортиментной политики.

III. *Принцип обеспечения рентабельной деятельности компании*, характеризует лекарственный ассортимент ФД с позиции рентабельности. При формировании ассортимента необходимо учитывать издержки на его хранение, объемы налогообложения, размеры торговых надбавок и их регулируемость государством, оборачиваемость товарных запасов и другое.

В базисе основных принципов управления ассортиментной политикой ФД лежат общие и специфические факторы. К общим относят факторы, не зависящие от условий работы оптовой организации, а именно: покупательский спрос; товарное предложение; цена товара. Специфические факторы объединяют конкретные (внутренние) условия работы каждого ФД: специализация по ассортименту; площадь складского пространства; техническая оснащенность; условия товароснабжения; развитость каналов распределения.

Покупательский спрос является одним из ведущих факторов, оказывающих влияние на формирование ассортимента оптовой организации. Этот фактор способен воздействовать на ассортимент через такие экономические условия как: величина свободных доходов населения, уровень цен на предлагаемые товары, рекламная деятельность, сезонность, демографические характеристики потребителей.

Следующим общим фактором формирования ассортимента является товарное предложение. В основе этого фактора лежит процесс выявления и изучения источников закупки товаров, выбор поставщиков и установление с ними хозяйственных связей, анализ их производственных возможностей. В вопросе выбора источников закупки важную роль играет сырьевая база поставщика и наличие производственных ресурсов. На выбор конкретного поставщика может влиять большое количество условий,

таких как: структура предложения по ширине ассортимента; условия и сроки поставки; уникальность, цена и качество товара; условия оплаты; минимальный размер закупаемой партии, наличие товара у конкурентов и их доля на рынке и другие.

В ситуации превышения спроса над предложением рост цен (ценовой фактор) может привести к росту продаж, а при большом предложении и низком спросе повышение цен приведет к снижению объемов реализации продукции, падению прибыли, увеличению издержек, а, следовательно, и к снижению рентабельности. Поэтому при формировании ассортимента оптовой организации необходимо учитывать эластичность спроса и предложения по цене по каждому виду товара.

Специализация оптовой организации по ассортименту относится к специфическим факторам. От специализации зависит направление деятельности оптовой организации и необходимый для этого товарный ассортимент. Например, оптовые организации могут специализироваться на закупке и продаже товаров для определенного сегмента рынка: коммерческого или госпитального. Такой подход определяет их ассортиментную политику, поскольку госпитальный ассортимент уже коммерческого и, как правило, не включает парафармацевтические товары.

Техническая оснащенность и площадь складских помещений оптовой организации оказывают влияние на ширину и глубину ассортимента. Большие площади позволяют содержать более широкий ассортимент и объемы товаров. При оптимальной технической оснащенности обеспечиваются надлежащие условия хранения товаров, требующих специфических условий.

При налаженной системе сбыта легче формировать ассортимент продукции оптовой компании. Если известен канал распределения, объем и товарный ассортимент, сроки поставки, то легче планировать закупки, создавать необходимый товарный запас на складе.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Оптимальное управление ассортиментом фармацевтических товаров оптовой организации достигается применением указанных принципов и факторов. Наличие широкого и устойчивого ассортимента, соответствующего запросам фармацевтического рынка, обеспечивает их высокую удовлетворенность, положительно сказывается на эффективности коммерческой деятельности и увеличивает рентабельность организации оптовой торговли лекарственными средствами.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Андреева, Л. В.** Правовое регулирование торговой деятельности в России. Теория и практика / Л. В. Андреева, Н. Г. Аפרесова, Т. А. Андреева. – Москва : Проспект, 2015. – 304 с. – Текст : непосредственный.
2. Проблемы безопасности и качества фармацевтических услуг при назначении и использовании лекарственных препаратов. – Текст: непосредственный / А. Б. Горячев, Н. М. Гусейнов, Е. Ю. Лемещенко [и др.] // Азербайджанский фармацевтический и фармакотерапевтический журнал. – 2018. – Т. XVIII, № 2. – С. 24 – 28. – Текст : непосредственный.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ г. Москва – Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации // Российская газета. – 2009. – № 253. – Текст : непосредственный.
4. К вопросу о формировании в Российской Федерации системы фармацевтической безопасности. – Текст: непосредственный / И. М. Чиж, А. Б. Горячев, Е. Ю. Лемещенко [и др.] // История медицины. – 2018. – № 2 (5). – С. 144. – Текст : непосредственный.
5. **Шагапова, С. У.** Актуальные проблемы развития оптовой торговли потребительской кооперации на современном этапе. – Текст: непосредственный / С. У. Шагапова // Казанская наука. – 2015. – № 7. – С. 50 – 52. – Текст : непосредственный.
6. Threats to the security of the pharmaceutical services provided to the population. Direct text / A. B. Goryachev, T. I. Kabakova, E. U. Lemeshchenko, O. N. Afanasiev // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences. – 2018. – Vol. LIX-CIEDR 2018. – P. 1078 – 1083.