

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ
БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

Е.Е. Чупандина, С. Дагир

**МАРКЕТИНГОВЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ
НА РАЗНЫХ СТАДИЯХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА
АПТЕЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
И МЕТОДИКА ИХ ОЦЕНКИ И ВЫБОРА**

Учебно-методическое пособие

Воронеж
Издательский дом ВГУ
2017

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| 1. Классификация аптечных организаций по этапам жизненного цикла..... | 4 |
| 2. Обзор и характеристика маркетинговых методов продвижения, используемых в аптечных организациях..... | 14 |
| 3. Характеристика маркетинговых коммуникаций аптечных организаций на разных стадиях их жизненного цикла..... | 30 |
| 4. Оценка эффективности маркетинговых коммуникаций на основе эконометрических моделей | 38 |
| Библиографический список | 53 |

*Перечень утверждений для определения стадии развития
аптечной организации*

| |
|---|
| 1. Аптечная организация выходит на фармацевтический рынок |
| 2. Аптечная организация формирует свой ассортимент |
| 3. Аптечная организация не имеет сложной организационной структуры (линейная/функциональная/дивизиональная) и характеризуется малой ротацией кадров |
| 4. Аптечная организация открывает новые отделы / формирует сеть |
| 5. Аптечная организация вводит новые услуги, новые ассортиментные группы, демонстрирует рост товарооборота |
| 6. Аптечная организация имеет гибкую организационную структуру (линейная/функциональная/дивизиональная), которая постоянно усложняется. Отмечаются некоторые напряжения среди персонала |
| 7. Аптечная организация имеет устойчивую организационную структуру (линейная/функциональная/дивизиональная), характеризуется нарастанием напряженности среди персонала |
| 8. Аптечная организация направляет свои усилия на поддержание своего положения на рынке |
| 9. Аптечная организация имеет хорошие показатели прибыльности |
| 10. Аптечная организация сокращает количество услуг, выводит ряд групп товара из своего ассортимента и упрощает структуру управления (линейная/функциональная/дивизиональная) |
| 11. Аптечная организация демонстрирует снижение объема продаж и уменьшение прибыльности |
| 12. Аптечная организация демонстрирует высокую ротацию персонала |

Каждому из этапов ЖЦО соответствует три утверждения, которые характеризуют организационную структуру, степень ее гибкости и ротацию персонала:

- этап создания – утверждения 1–3;
- этап роста – утверждения 4–6;

- этап зрелости – утверждения 7–9;
- этап упадка – утверждения 10–12.

Если по высказываниям экспертов стадия ЖЦ аптечной организации однозначно не устанавливается, то определяющими высказываниями для отнесения аптечной организации к одному из четырех этапов выступают:

- утверждение 3 – этап создания;
- утверждение 6 – этап роста;
- утверждение 7 – этап зрелости;
- утверждение 10 – этап старения, упадка.

Апробация предложенной методики классификации организаций по стадиям ЖЦ была осуществлена в 2015 году на розничном рынке Воронежа и области на примере 150 аптечных организаций. Результаты опроса руководителей представлены в табл. 2.

Распределение аптечных организаций Воронежской области по стадиям ЖЦ в соответствии с опросом представлено на рис. 1.

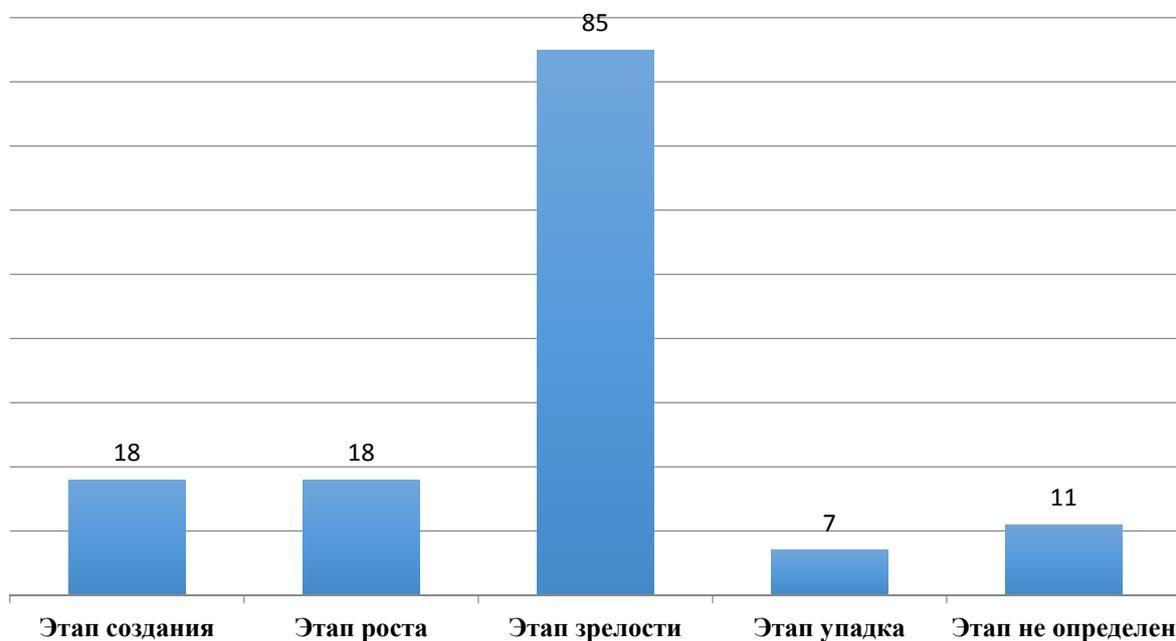


Рис. 1. Распределение исследуемой совокупности аптечных организаций по стадиям ЖЦ, ед.

*Результаты определения стадии ЖЦ
аптечных организаций (на примере Воронежской области)*

| | |
|------|---|
| 10 % | Аптечная организация выходит на фармацевтический рынок |
| 29 % | Аптечная организация формирует свой ассортимент |
| 13 % | Аптечная организация не имеет сложной организационной структуры (линейная/функциональная/дивизиональная) и характеризуется малой ротацией кадров |
| 34 % | Аптечная организация открывает новые отделы / формирует сеть |
| 43 % | Аптечная организация вводит новые услуги, новые ассортиментные группы, демонстрирует рост товарооборота |
| 13 % | Аптечная организация имеет гибкую организационную структуру (линейная/функциональная/дивизиональная), которая постоянно совершенствуется. Отмечаются некоторые напряжения среди персонала |
| 68 % | Аптечная организация имеет устойчивую организационную структуру (линейная/функциональная/дивизиональная), получает постоянную прибыль |
| 43 % | Аптечная организация направляет свои усилия на поддержание своего положения на рынке |
| 37 % | Аптечная организация имеет хорошие показатели прибыльности |
| 1 % | Аптечная организация сокращает количество услуг, выводит ряд групп товара из своего ассортимента и упрощает структуру управления |
| 1 % | Аптечная организация демонстрирует снижение объема продаж и уменьшение прибыльности |
| 5 % | Аптечная организация демонстрирует высокую ротацию персонала |

**Общая характеристика исследуемой совокупности
аптечных организаций**

Средний возраст аптечной организации в выборке составляет 16,2 года; возраст самой молодой организации – 1 год, самой возрастной – 65 лет,

структурное распределение аптечных организаций по возрасту, отраженное на рис. 2, показывает, что большинство аптечных организаций Воронежского фармацевтического рынка (75,2 %) моложе 20 лет.

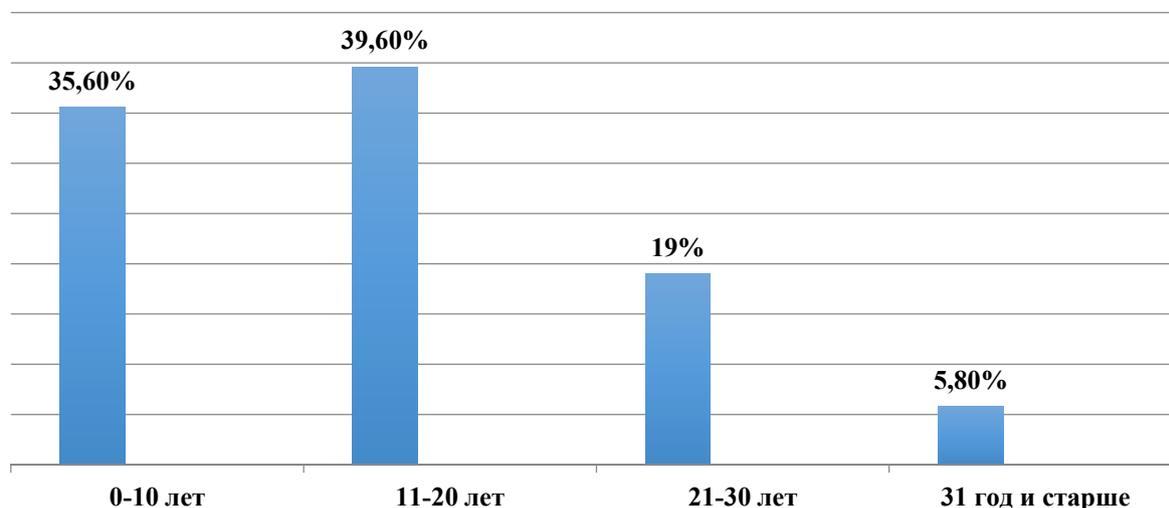


Рис. 2. Распределение аптечных организаций по возрасту

По численности работников выделено 4 группы аптечных организаций: микропредприятия, малые, средние и крупные предприятия (Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»). Большинство аптечных организаций относится к микро- и малым предприятиям (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

Классификация исследуемой совокупности аптечных организаций по численности персонала

| Микропредприятия, численность до 15 человек | Малые предприятия, численность до 100 человек | Средние предприятия, численность от 101 до 250 человек | Крупные предприятия, численность 250 человек |
|---|---|--|--|
| 64 % | 19 % | 5 % | 12 % |

Ранжирование ассортиментных групп по востребованности в номенклатуре аптечных организаций представлено на рис. 3. Очевидно, что большинство аптечных организаций имеет высокие показатели широты ассортимента. Семнадцать процентов исследуемой совокупности в своей номенклатуре имеют 11 групп товаров, разрешенных к реализации через аптечные организации (ст. 55 Федерального закона от 12.04.2010 № 61-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «Об обращении лекарственных средств» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017)).

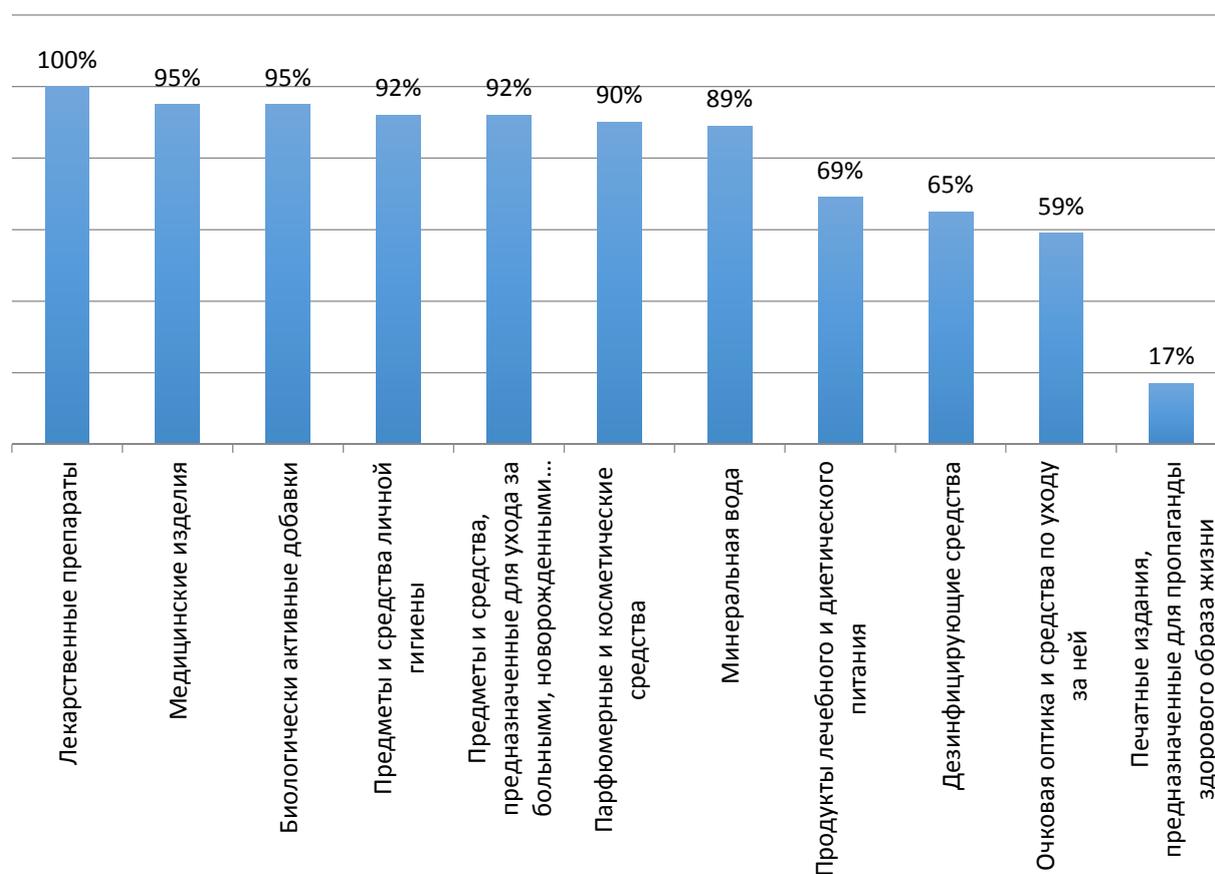


Рис. 3. Структура товарного ассортимента аптечных организаций Воронежской области

Наименее востребованы в номенклатуре аптечных организаций дезинфицирующие средства, очковая оптика, продукты лечебного и диетиче-