



Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Челябинский медицинский колледж»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА.

# Влияние элементов маркетинга на уровень реализации аптечных продаж

Выполнила: Аитбаева Э.Р  
Руководитель: Дудина Л.Г

Челябинск  
2017

# Актуальность

Увеличение числа аптечных учреждений явилось одной из причин обострения конкуренции. Количество лекарственных препаратов возросло в 3 раза за счет введения в ассортимент препаратов-синонимов различных фирм-производителей. В настоящее время в управлении аптекой должна стать ведущей стратегия конкурентных действий по поиску устойчивого преимущества перед конкурентами при условии удовлетворения запросов на медикаменты. Именно эту стратегию считают современной концепцией мерчандайзинга.

## **Цель :**

Исследование влияния элементов маркетинга на эффективную  
сбытовую деятельность аптеки «Классика№77» село Аргаяш

## Задачи:

1. Провести анализ теоретического материала по теме исследования.
2. Проанализировать влияние элементов маркетинга на объём аптечных продаж.
3. Изучить приемы мерчандайзинга, используемые в конкретной аптеке село Аргаяш, проанализировать их влияние на сбытовую деятельность аптеки.
4. Разработать предложения по использованию элементов маркетинга для увеличения объёма аптечных продаж .

## **Объект исследования:**

мерчандайзинг как элемент маркетинга .

## **Предмет исследования:**

влияние технологий мерчандайзинга на объём аптечных продаж в аптеке «Классика» село Аргаяш

## **Гипотеза:**

Использование мерчандайзинга как элемента маркетинга влияет на увеличение объёма аптечных продаж.

# Методы исследования:

Теоретический метод: изучение теоретического материала по теме исследования

Практические методы: сравнительный анализ

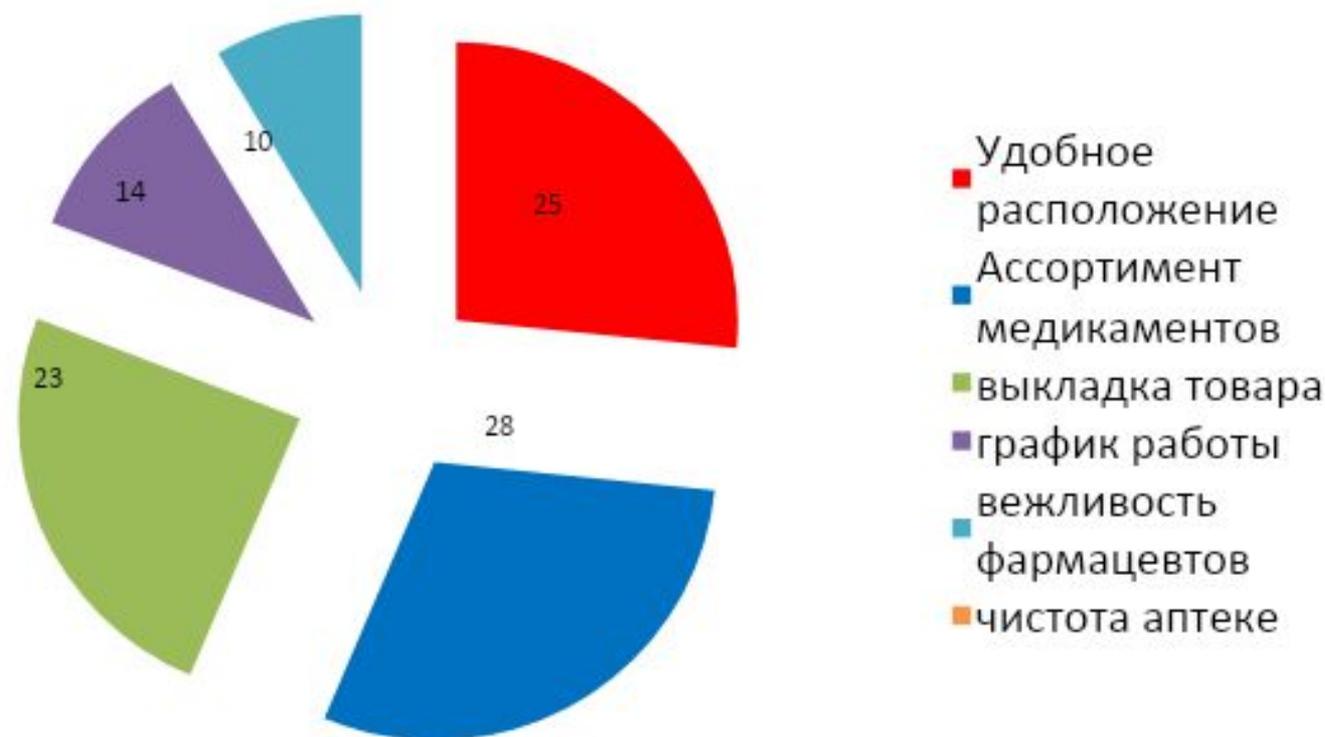
статистический анализ

обработка аналитических данных

# **База исследования**

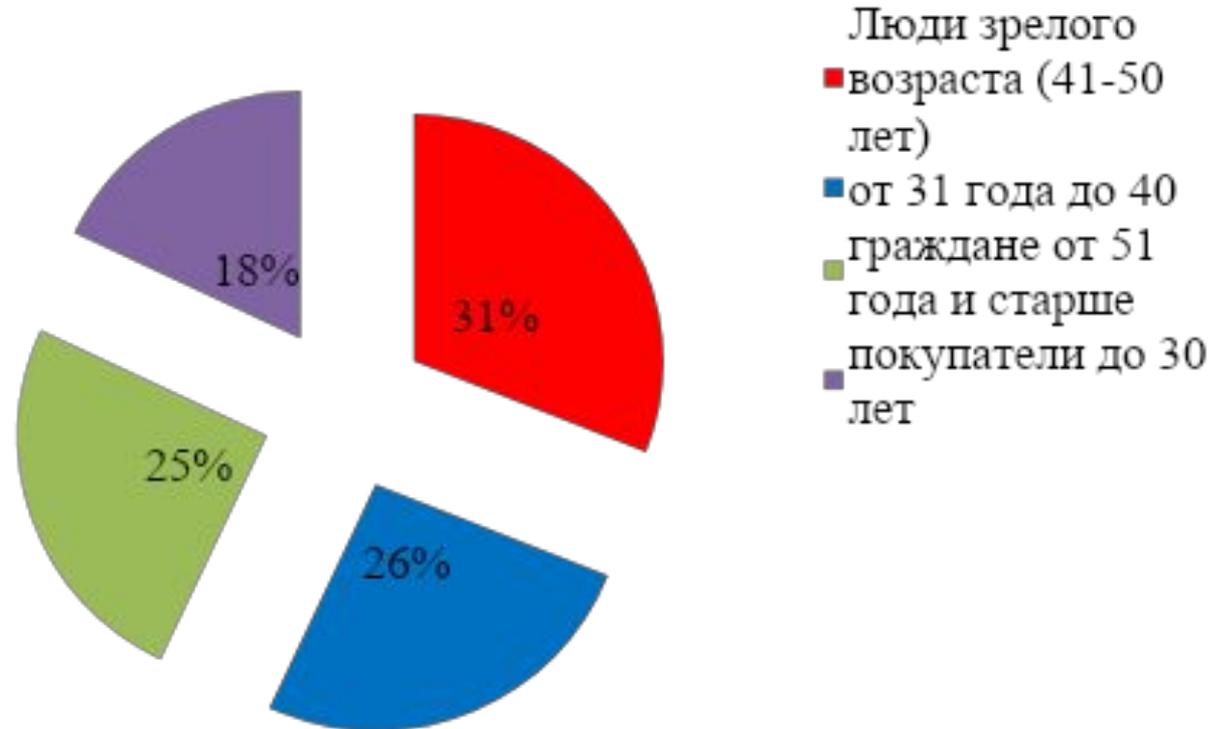
Исследование проводилось на базе аптеки ООО«Классика77» село  
Аргаяш

## Структура влияния элементов мерчандайзинга на выбор аптеки посетителем.



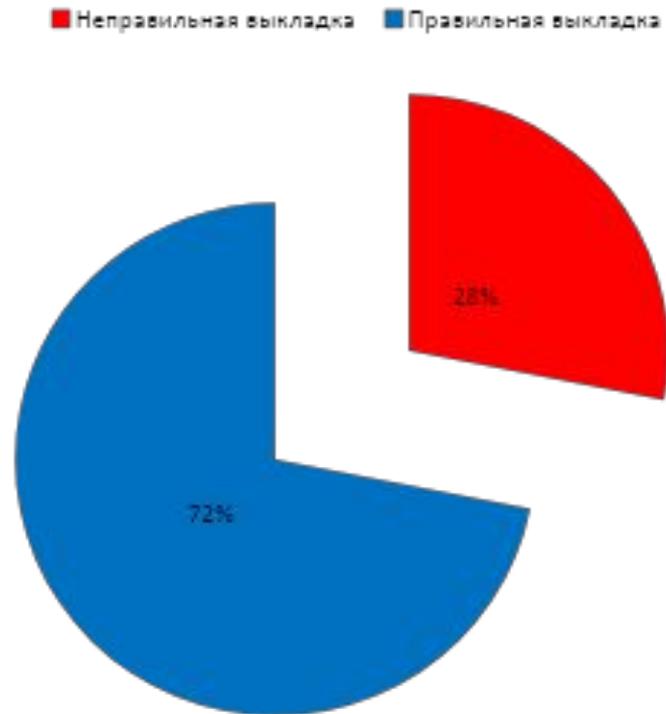
Вывод: покупатели на 1 место ставят ассортимент медикаментов: 28% , удобство расположения аптеки отмечают – 25%, выкладка товара устраивает -23% покупателей . Предпочитают удобный график работы-14% покупателей и отмечают вежливость фармацевтов -10% покупателей.

## Диаграмма портрета покупателей



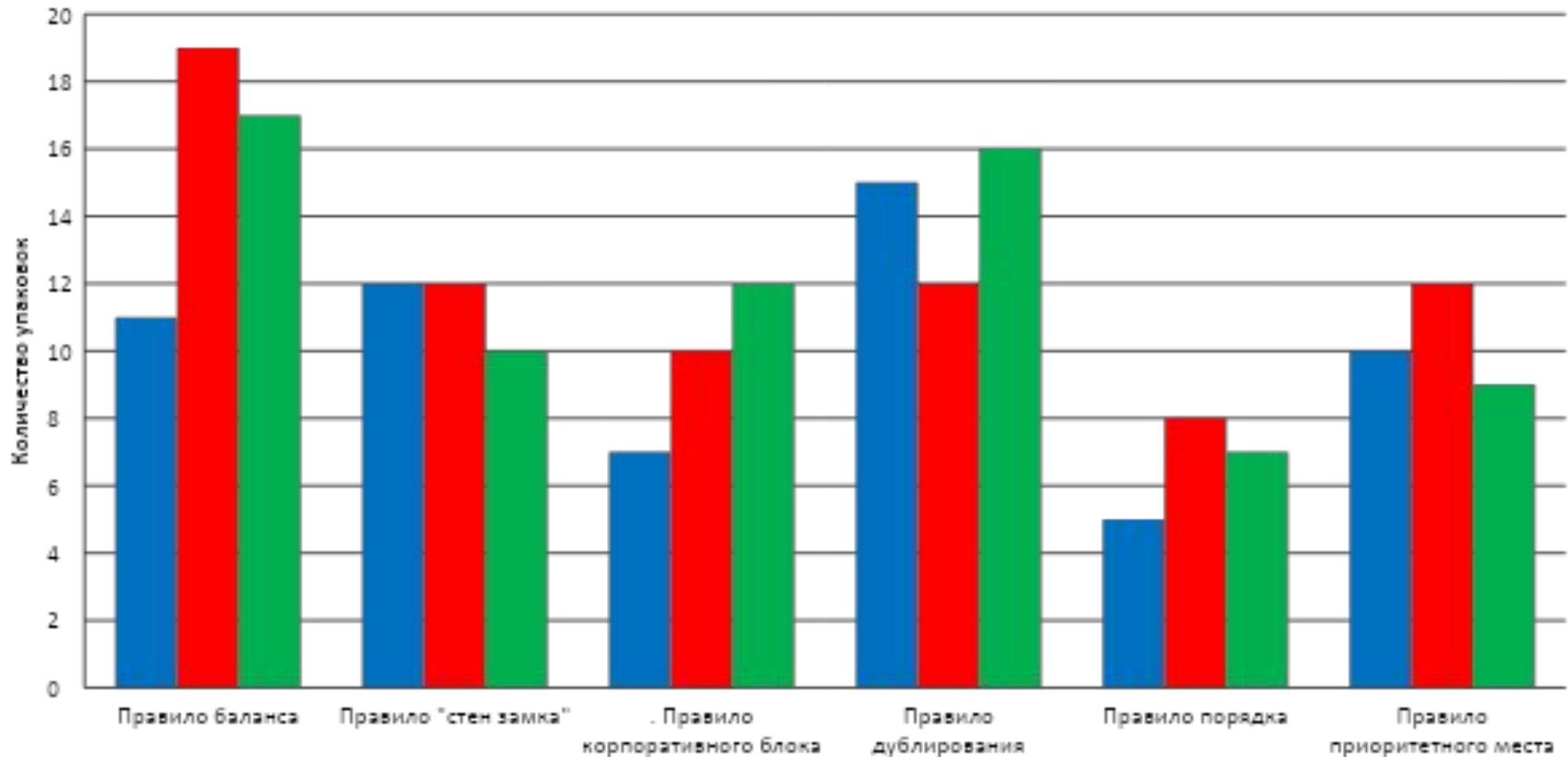
Вывод : лидируют люди зрелого возраста-31%,люди молодого возраста до 30 лет посещают аптеку реже остальных-18%,от 31 года до 40 и от 51 и старше , составляют одинаковые группы -25% и 26%.

## Структура выкладки товаров.



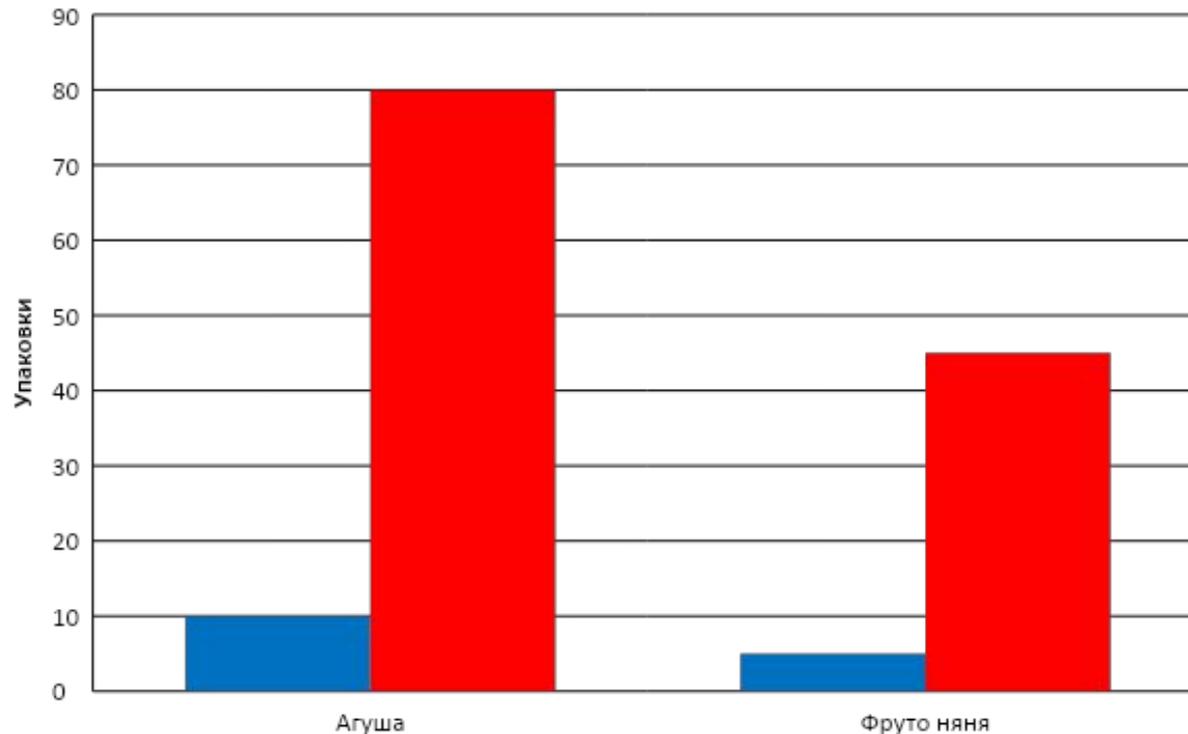
Вывод: правильная выкладка составила 72% и неправильная -28%.

# Структура влияния выкладки товара на объём продаж



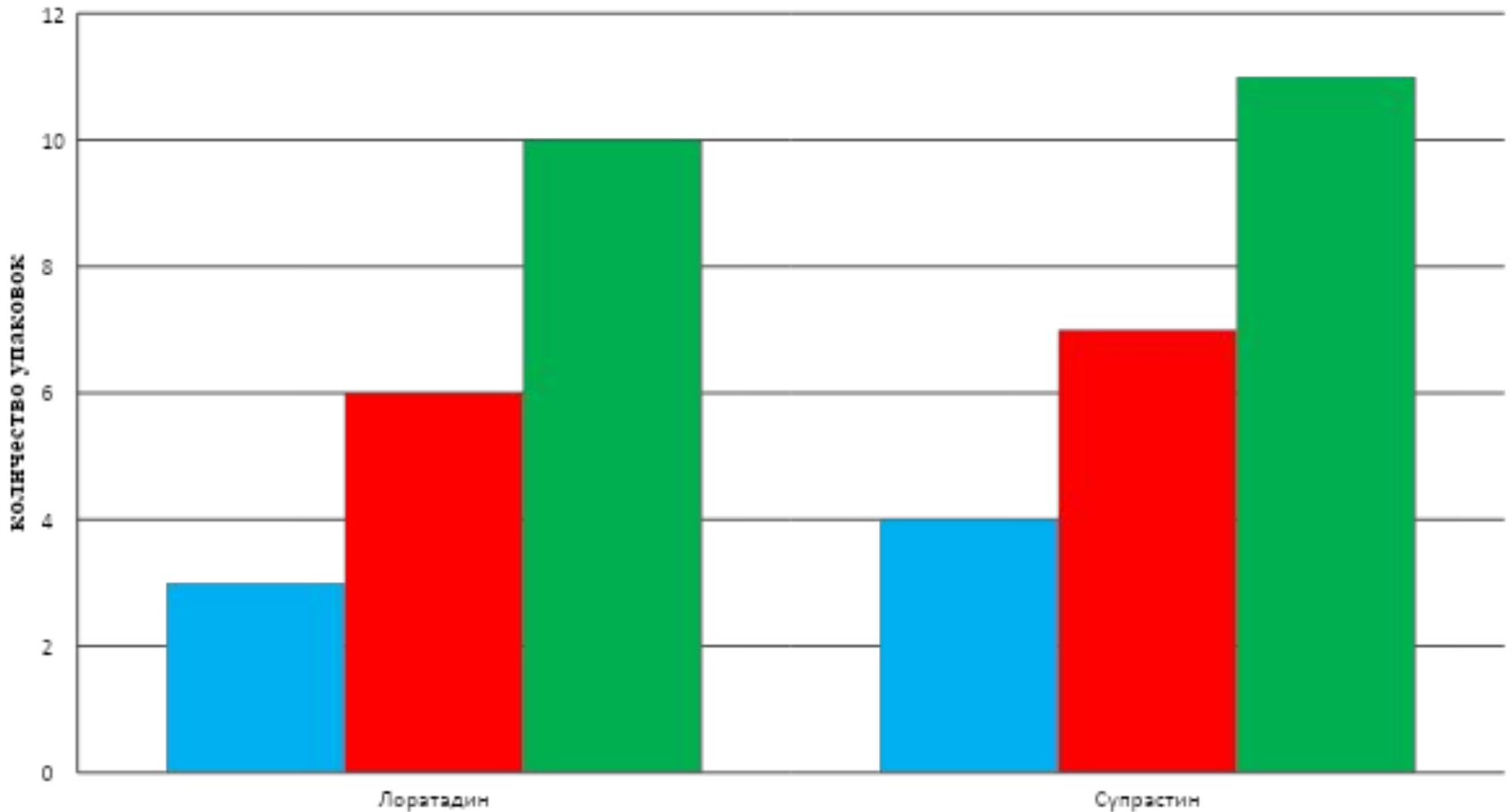
Вывод : результаты анализа показали ,что с применением принципов мерчандайзинга увеличивается объем продаж, особенно эффективны правило баланса и правило дублирования.

# Изменение реализации детского питания с учётом рекомендации мерчандайзинга



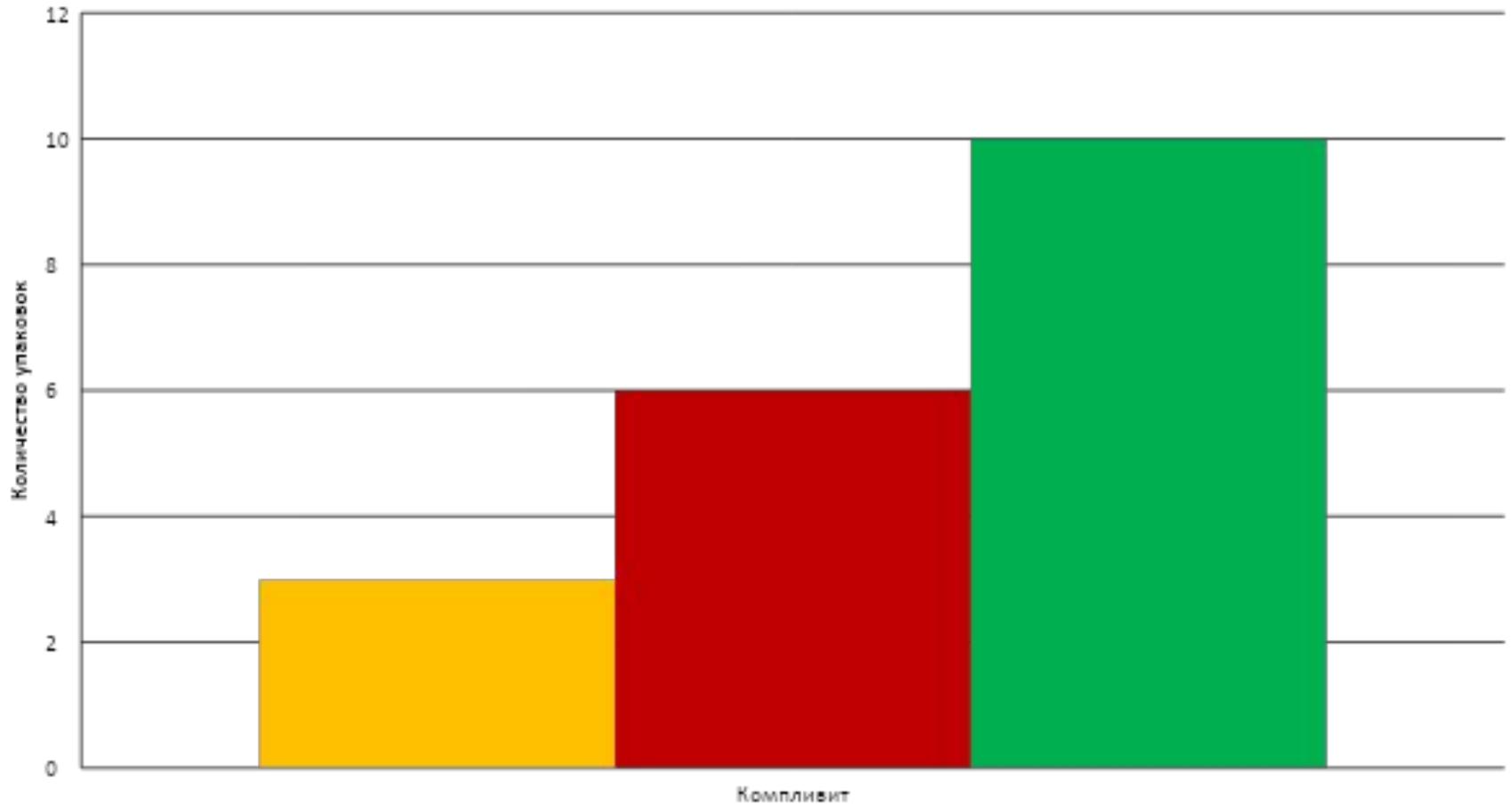
Вывод : при размещении группы продуктов детского питания с учетом рекомендаций мерчандайзинга их реализация выросла , причем реализация «Агуша» выросла от 10 до 80 упаковок, а « Фруто няня» от 5 до 45 упаковок за 2 недели

## Реализация сезонных препаратов



Вывод: в межсезонье (весна) увеличивается объем продаж антигистаминных препаратов: от 6-7 до 10-11 упаковок в неделю.

## Анализ проводимой акции витаминного препарата «Компливит»



Вывод: в течение 2-ух недель до акции было продано 3 упаковки витаминного препарата «Компливит» в первую неделю акции было продано 6 упаковки, а во вторую 10 упаковок. Проведение акции увеличивает продажу лекарственных

# Заключение

Гипотеза: «Использование технологии мерчандайзинга как элемента маркетинга влияет на увеличение объёма аптечных продаж» подтвердилась.

Рекомендации аптеке:

1. Настойчиво внедрять элементы мерчандайзинга для увеличения объёма продаж: правило баланса, правило «стен замка», правило приоритетного места.
2. Шире использовать проведение акций.
3. Иметь неснижаемый запас сезонных медикаментов.

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**