

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АПТЕК ОТКРЫТОГО И ЗАКРЫТОГО ТИПА

**Работу выполнила студентка 4 курса,
Специальности 33.02.01 Фармация**

Научный руководитель

Д.Х.Беретарь.

О.А.Миронюк.

Актуальность темы. Основными составляющими эффективной работы аптек открытого и закрытого типа является автоматизация управленческими процессами, эффективное и грамотное расположение товаров в торговом зале, внедрение собственных стандартов качества обслуживания и управления человеческими, материальными и финансовыми ресурсами. У каждой формы есть свои приверженцы и противники.

. В ситуации жесткой борьбы за лояльность потребителя собственникам аптечного бизнеса приходится изобретать все новые механизмы влияния – постоянное расширение ассортимента, гибкая ценовая политика и бесконечные эксперименты с форматами.

Кто победит в этой борьбе, сказать сложно, но самое главное, что в этой борьбе не должен проиграть потребитель.



Целью выпускной квалификационной работы является сравнительный анализ аптек открытого и закрытого типа.



Задачи:

- **изучить** теоретические источники основных понятий по теме выпускной квалификационной работы.
- **провести** маркетинговые исследования аптек открытого и закрытого доступа, представленных в аптечных учреждениях города Краснодара.
- **провести** социологические исследования (анкетирование) фармацевтических специалистов и потребителей аптек по вопросу изучения формата аптек открытого и закрытого типа.



- **Предмет исследования** – формат аптеки (открытого и закрытого типа).
- **Объект исследования:** аптеки различной форм собственности МУП КГАУ «Аптеки Кубани», ООО «Адонис», посетители аптек, фармацевтические специалисты, анкеты респондентов (50).

Нормативно-правовая база

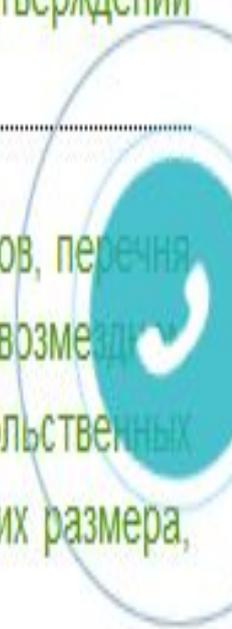
- ▶ Приказ Минздравсоцразвития РФ от 23.08.2010 №706н «Об утверждении правил хранения ЛС»
- ▶ Приказ МЗ РФ от 31.08.2016 №646н «Об утверждении правил надлежащей практики хранения и перевозки лекарственных препаратов для медицинского применения»
- ▶ Постановление Правительства РФ от 25.09.2012 №970 «Об утверждении Положения о государственном контроле за обращением медицинских изделий»
- ▶ ОФС.1.1.0010.15 "Хранение лекарственных средств"
ОФС.1.1.0011.15 "Хранение лекарственного растительного сырья и лекарственных растительных препаратов" ГФ РФ XIII издания (с 01.01.2016г).

Приказ Минздрава России № 979н от 21.12.2016 г. Об утверждении требований к объему тары, упаковке и комплектности лекарственных препаратов для медицинского применения

Приказ Минздрава от 8 февраля 2017 г. № 47н Об утверждении перечня лекарственных препаратов для медицинского применения, в отношении которых устанавливаются требования к объему тары, упаковке и комплектности

Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 27 июля 2010 г. N 553н Об утверждении видов аптечных организаций

Постановление Правительства РФ № 55 Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации"



Типы аптек

Традиционный тип
(«закрыва́тая полка»)

Аптека

Аптечный пункт

Аптечный киоск

Новый тип
(«откры́тая полка»)

Фарммаркет

Мини-фарммаркет

Доставка

Интернет-аптека

Самовывоз



Ассортимент аптеки самообслуживания

Открытая выкладка товара способна повысить продажи на 10-15%. Покупатель имеет возможность "почитать, посмотреть, пощупать" товар. Здесь большие доли продаж приходятся на косметику, детские товары, средства личной гигиены. Но не следует забывать, что в таких аптеках ассортимент зависит еще и от проходимость и места расположения аптеки. К тому же аптеки самообслуживания не оправдывают себя рядом с неаптечными конкурентами (торговые центры, магазины и пр.)



Таблица 1 – Характеристика аптек открытого типа МУП КГАУ «Аптеки Кубани»

Название аптеки	Доля торгового зала от общей площади аптеки, %	Отделы	Специалисты	Предоставляемые услуги	Режим работы (часы)
филиал аптеки № 6 МУП КГАУ «Аптеки Кубани» ул. Рашпилевская, 183	74,0	1.рецептурный 2.парафармацевтический 3.специализированной продукции Пауля Хартмана 4.специализированный центр молодости и здоровья	16 провизоров 10 фармацевтов 4 консультанта	-индивидуальный заказ -измерение АД и диагностика аритмии -справочная служба -наличие и цены онлайн - доставка	<u>Круглосуточно</u>
филиал аптеки № 505	61,0	1.рецептурный 2.производственный	11 провизоров	-наличие и цены онлайн	Ежедневно с 8-00 до
филиал аптеки № 4 МУП КГАУ «Аптеки Кубани»	69,0	1.рецептурный 2.парафармацевтический 3.консультационные центры	9 провизоров 4 фармацевта 3 консультанта	-индивидуальный заказ -наличие и цены онлайн -измерение АД и диагностика аритмии -биомороженое -центр молодости и здоровья - продукция специализированного центра Хартмана	Ежедневно с 8-00 до 20-00

Таблица 2 – Достоинства и недостатки аптек открытой формы

Открытая форма аптеки	
Достоинства (+)	Недостатки (-)
<ol style="list-style-type: none">1. Современное яркое оформление торговых помещений с элементами мерчандайзинга.2. Минимизация очередей, т.к. в зале работают консультанты и в аптеке имеется достаточное количество касс.3. Первичная побудительная информация для покупателя.4. Широкий ассортимент различных групп товаров.5. Сезонные товары, представленные в прикассовой зоне.6. Посетители приобретают дополнительные продукты.	<ol style="list-style-type: none">1. Высокая аренда площадей.2. Задействуется большая S торгового зала и оборудования.3. В штате аптек вводятся консультанты.4. Увеличивается количество касс и персонала аптеки.5. Организация сохранности товара в торговом зале необходимо пользоваться автономными системами охраны (магнитные полосы на товаре, видеокамеры).



Таблица 3 – Способы привлечения посетителей в аптеки открытого доступа аптечной сети МУП «Аптеки Кубани»

Способы	Аптека № 6	Аптека № 505	Аптека № 318
Реклама аптеки	+	+	+
Сезонные скидки, акции	+	+	+
Работа консультантов в торговом зале	+	+	+
Работа справочной службы	+	+	+
Бесплатные услуги (измерение АД)	+	-	-
Работа врачей-консультантов	+	-	-
Работа справочной службы	+	+	+
Доставка товаров на дом	+	-	-



Таблица 4 – Увеличение роли мерчандайзинга в аптеке (результаты проведенного исследования)

Понятие	Роль
Мерчандайзинг	<ul style="list-style-type: none">- в ассортименте аптек более 50% лекарств отпускается без рецепта врача;- 30-40% решений о покупке принимается в аптеке;- 3 покупки из 10 совершаются благодаря хорошо оформленной витрине;- в 4 случаях из 10 правильно оформленная выкладка влияет на решение покупателя заменить приобретение одного препарата на другой;- перемещение препарата с нижней полки на уровень пояса может увеличить объем продаж на 40-43%.



ЖЕЛУДОЧНО-КИШЕЧНЫЕ

Вот что видит
покупатель



Таблица 5 – Цели и задачи мерчандайзинга

Для покупателей	Для аптеки
Быстро выбрать товар	Увеличение объема продаж и прибыли
Совершить незапланированные покупки	Формирование постоянной клиентуры и привлечение новых покупателей
Познакомиться с новой фармацевтической продукцией	Увеличение объема продаж незапланированных покупок
Получить положительный эмоциональный настрой на выздоровление	Формирование положительного имиджа



Таблица 6 – Статистические данные продаж лекарственных препаратов с использованием POS – материалов

Название препарата (торговое наименование)	Продажи		Темп роста в %	Темп прироста в %
	до использования POS–материалов кол-во уп. в день	после использования POS–материалов кол-во уп. в день		
Компливит Кальций Д ₃ таблетки № 100	2	5	250,0	150,0
Кальций Д3 форте таблетки № 100	1	3	300,0	200,0

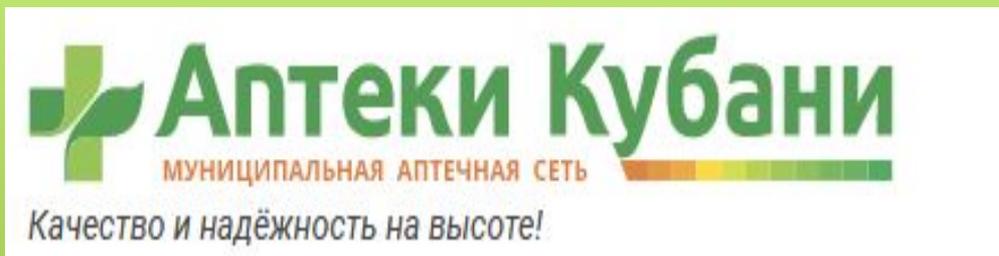


Таблица 7 - Критерии сравнения аптек открытого и закрытого типа

Критерии аптеки	Аптека № 6 (открытая форма)	ООО «Адонис» (закрытая форма)
Ассортиментные группы	9/10	6/10
Средний чек в руб. за смену	425,0	161,0
Количество позиций в чеке	4 – 5	1 – 2
Присутствие товара дня	+	-
Сезонные товары, наличие в прикассовой зоне	+	+
Значение $K_{\text{широты ассортимента}}$	=1,0	0,65
Значение $K_{\text{полноты ассортимента}}$	= 1,0	0,55



Лекарства без рецепта

Средства от гриппа и простуды

Средства от гриппа и простуды

Лекарства без рецепта

Будьте здоровы

прозрачные



Индивидуальный заказ



Измерение АД и диагностика аритмии



Справочная служба



Льготный отпуск по государственным программам



Аптечное изготовление лекарственных средств



Наличие и цены Онлайн



Биомороженое

Специализированные консультационные центры



Хартманн



Центр молодости и красоты



Фитотека

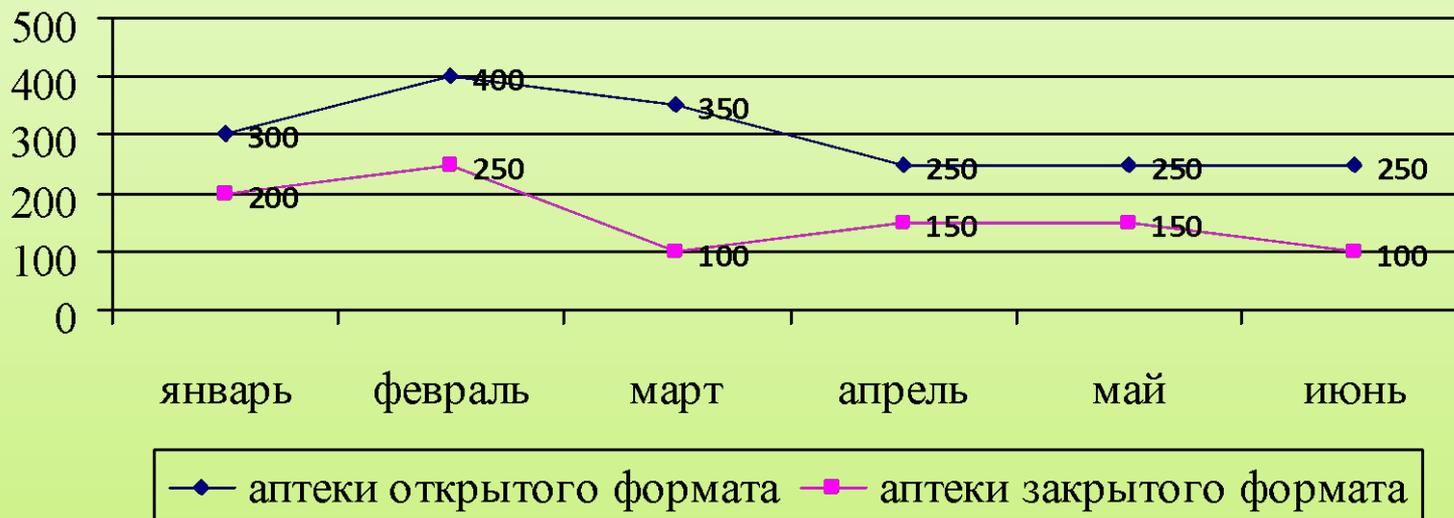


Рисунок 1 – Динамика изменений среднего чека по показателю – сумма (руб.)



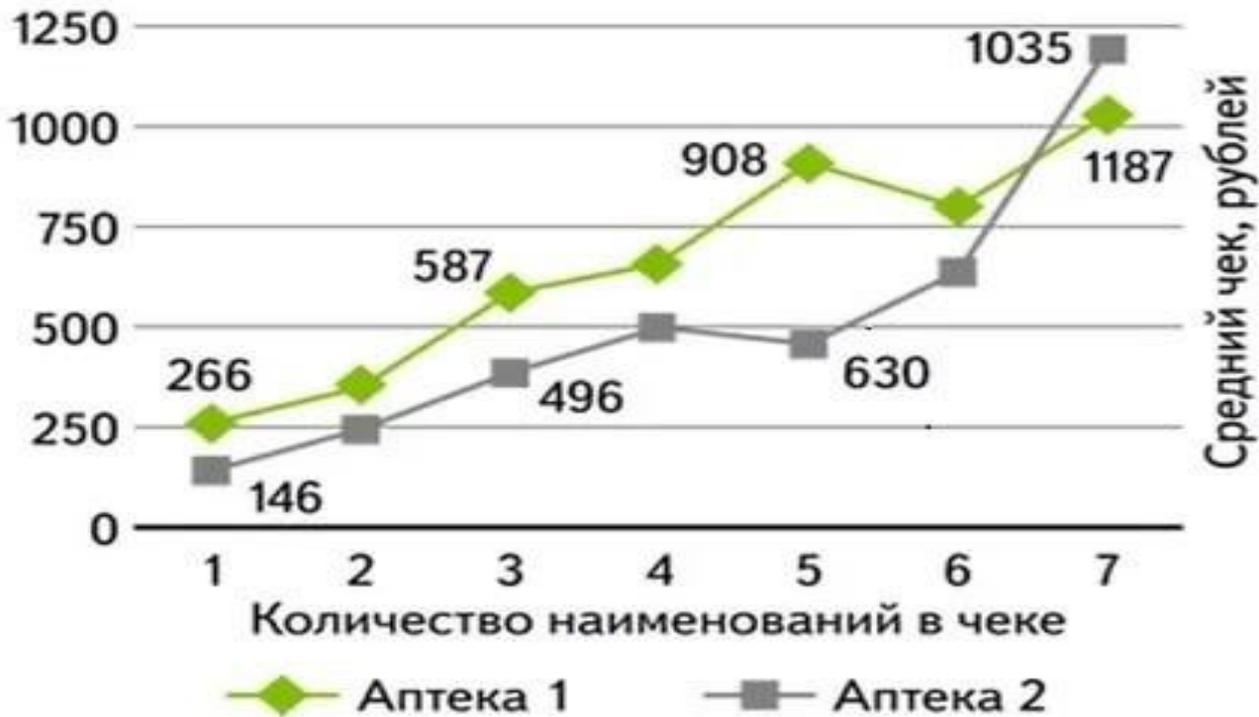
«средний чек»

- **«средний чек» — основа аптечных продаж!**
- **низкая цена разрушительна для экономики аптечного предприятия.**
- **«социальная цена» — понятие относительное.**

Средний чек – это выручка от реализации товаров/услуг за определенный период времени (как правило, месяц), деленная на количество чеков за аналогичный период. При этом в одном чеке может быть несколько наименований товаров и их разное количество.

$$\text{СРЕДНИЙ ЧЕК} = \frac{\text{Выручка от реализации}}{\text{Количество чеков}}$$

- 1. Глубина чека
 - 2. Длина чека
 - 3. Стоимость товара в чеке
 - 4. Частота
-
- 1. Трафик клиентов
 - 2. Конверсия



ЗАО "Топаз-Резерв!"
ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ!

ККМ 00059616 ИНН 005001055280 #5486
20.02.11 12:27 КАССИР 1
ПРОДАЖА №3540

Преднизолон 25мг/1мл амп №3 Никомед	1	≈53.00
Мовалис 7,5мг таб №20	1	≈418.00
Кванател 20мг таб №28	1	≈148.20
Мильганна 2мл амп №5	1	≈184.00
Траумель С 2,2мл амп №5	1	≈394.50
Дискус амп №5	1	≈693.00
Цель Т амп №5	1	≈609.00
Шприц 2мл(Германия)	1	20.000 X 2.50
Пакет бол	1	≈50.00
Закрытие чека	1	≈0.80
ИТОГ		≈2550.50
НАЛИЧНЫМИ		≈2550.50

ФЛ
ЭКЛЗ 0695960690
00000813 #022855

Рисунок 2 – Динамика изменений в среднем чеке по показателю – количество позиций

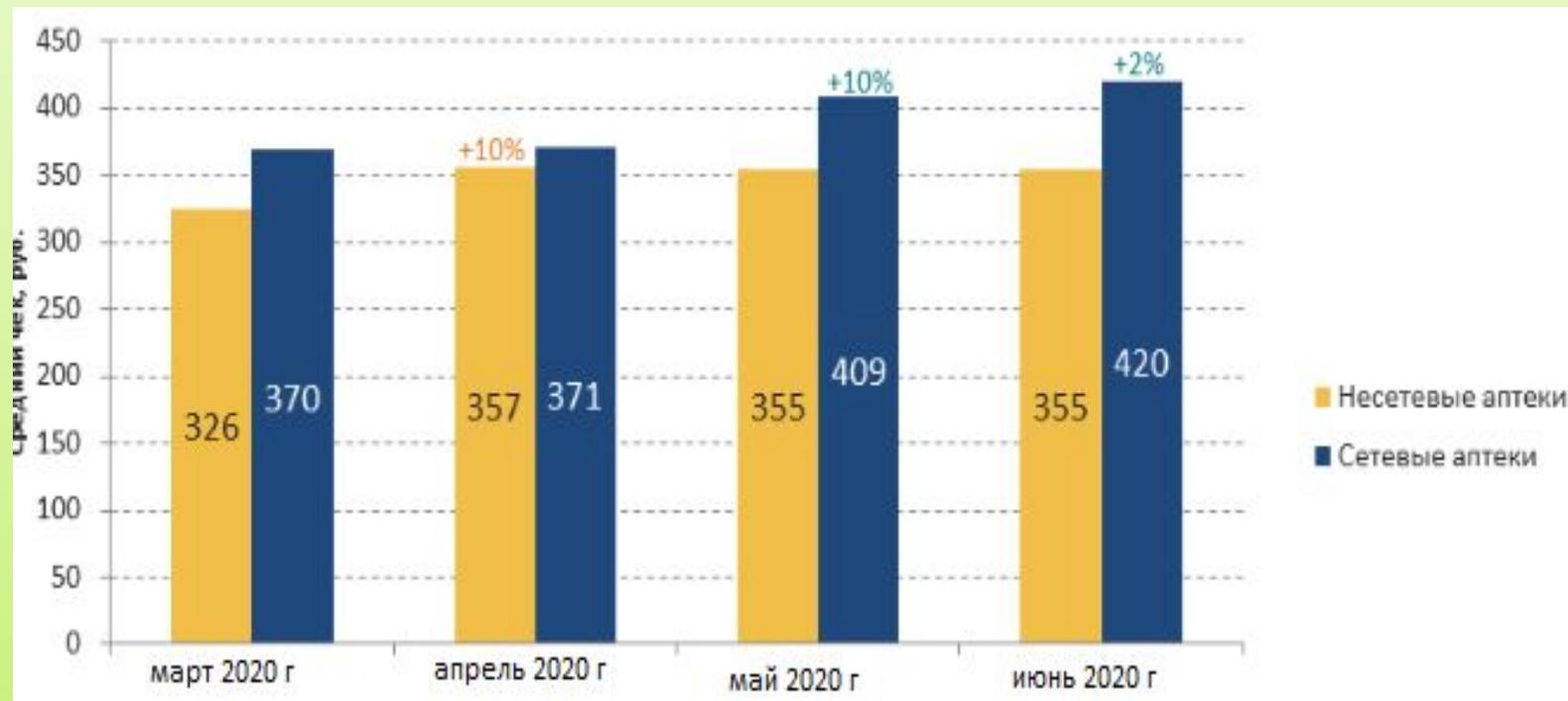
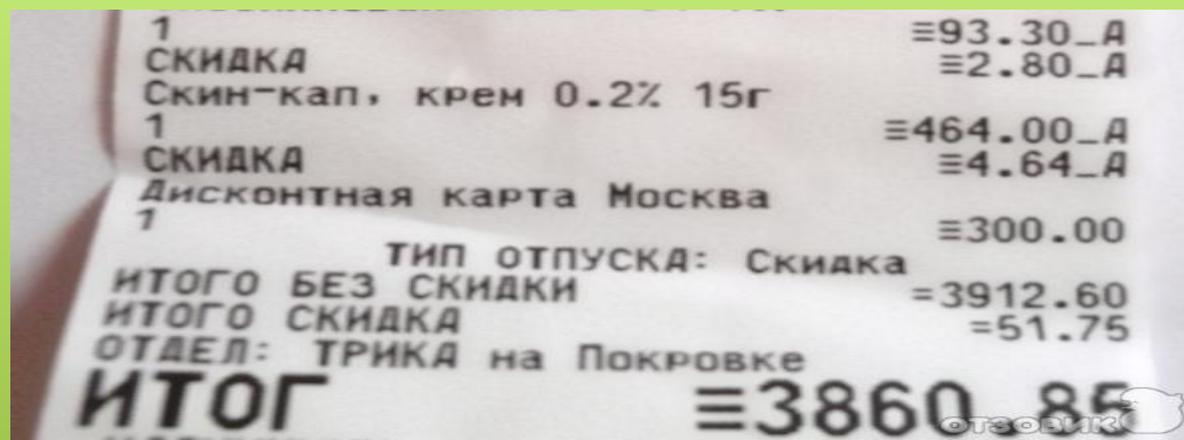


Рисунок 3 – Темп прироста среднего чека по месяцам в сетевых и несетевых аптеках (МУП «Аптеки Кубани» и ООО «Адонис»)





НА УРОВЕНЬ СРЕДНЕГО ЧЕКА ВЛИЯЕТ:

- наличие сбалансированного ассортимента
- ценообразование
- понятное размещение товара в зале
- наполненность ассортиментом
- наличие акций, скидок
- оформление торгового зала

Рисунок 4 – Показатели, влияющие на уровень среднего чека в аптеках



Рисунок 5 – Расчет объема продаж в аптеке





Рисунок 6 – Интервал изменений среднего чека в аптеке

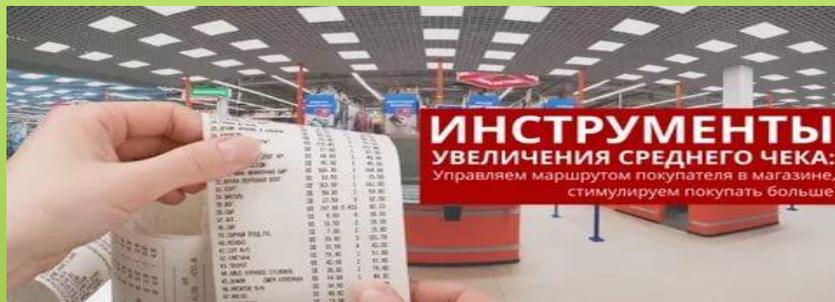
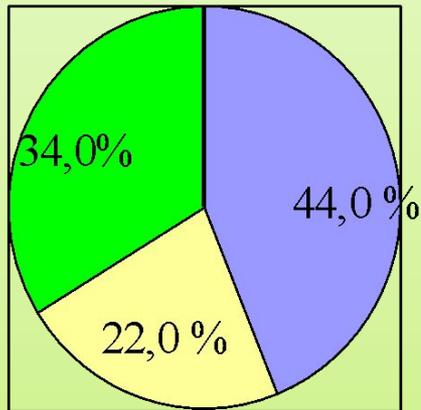


Таблица 8 – Сводные данные респондентов, %

Пол возраст	от 20 до 30 лет		от 31 до 50 лет		>51 года	
	абс.	отн. зн. %	абс.	отн. зн. %	абс.	отн. зн. %
мужчины	2	28,6	4	30,8	10	33,3
женщины	5	71,4	9	69,2	20	66,7
ИТОГО	7	100,0	13	100,0	30	100,0

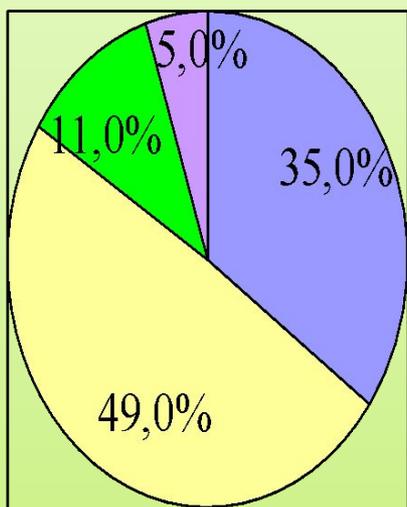




- 44,0% - 1 раз в месяц
- 22,0% - 2-3 раза в месяц
- 34,0% - по-разному

Рисунок 7 – Частота посещения аптеки, % (ответы респондентов – посетителей)

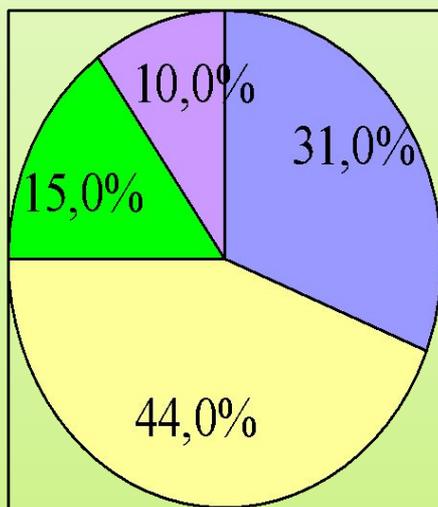




- 35,0% - открытого типа
- 49,0% - закрытого типа
- 11,0% - не имеет значения
- 5,0% - затруднились ответить

Рисунок 8 – Вопрос анкеты: «В аптеках какого типа открытого или закрытого (прилавочного) Вы предпочитаете делать покупки?, %

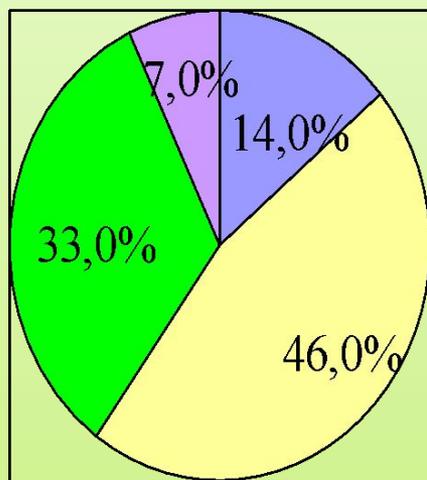




- 31,0% - возможность ознакомиться с товаром без спешки
- 44,0% - нет необходимости озвучивать выбор перед другими посетителями
- 15,0% - приобретение сопутствующих товаров
- 10,0% - отсутствие очередей перед кассой

Рисунок 9 – Вопрос анкеты: «Что привлекает Вас в формате аптек открытого типа?», %

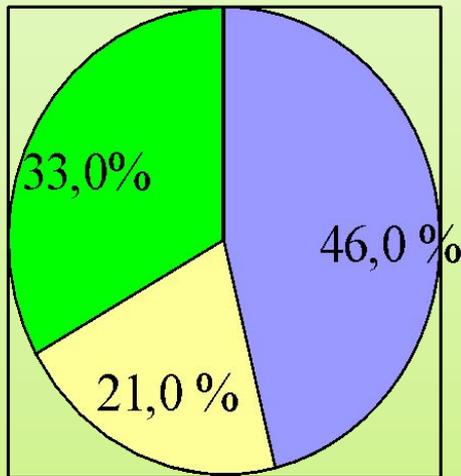




- 14,0% - нейтральное
- 46,0% - негативное
- 33,0% - позитивное
- 7,0% - затруднились ответить

Рисунок 10 – Отношение фармспециалистов к аптеке с открытой выкладкой, % (ответы респондентов)

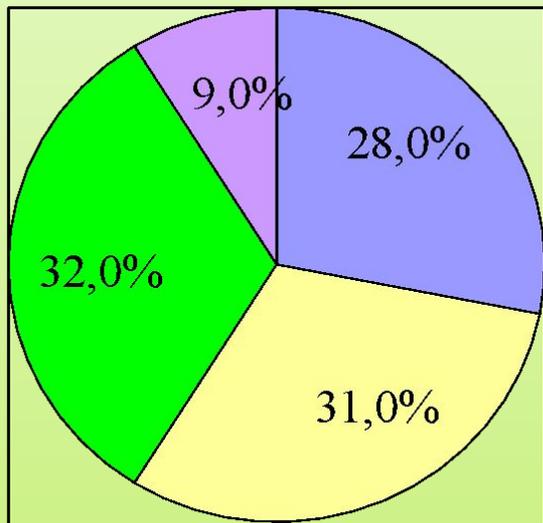




- 46,0% - кражи
- 21,0% - большая проходимость посетителей
- 33,0% - постоянный контроль выкладки товара

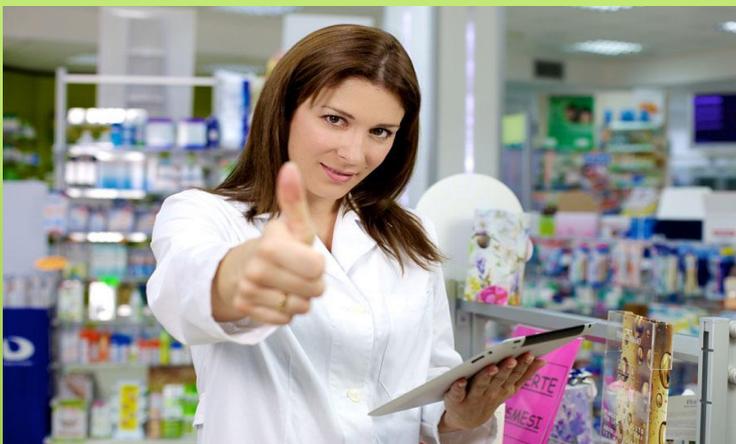
Рисунок 11 – Причины негативного отношения к аптекам открытой выкладки у фармацевтов, % (ответы респондентов)





- 28,0% - большой выбор ассортимента
- 31,0% - удачное размещение различных позиций товара с элементами мерчандайзинга
- 32,0% - увеличение среднего чека
- 9,0% - рост прибыли аптеки

Рисунок 12 – Преимущества аптек открытого типа по результатам опроса руководителей аптек, %



Выводы:

- **Изучены** теоретические источники по теме выпускной квалификационной работы..
- **Проведен** сравнительный анализ аптек открытого и закрытого доступа с плюсами и минусами.
- **Проведено** социологическое исследование (анкетирование) фармацевтических работников и посетителей аптек на предмет выявления отношения и предпочтений к формату аптек открытого и закрытого типа.



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

