

Каримова А.А., Андрианова Г.Н.

Разработка методических подходов к категориальному анализу ассортимента на примере аптечной сети государственной формы собственности

ФГБОУ ВО «Уральский государственный медицинский университет» Минздрава России, кафедра управления и экономики фармации, г. Екатеринбург

Karimova A.A., Andrianova G.N.

The development of methodological approach to the assortment category analysis by the example of state-owned pharmacy chain

Резюме

С целью внедрения научно-обоснованных подходов к проведению анализа аптечного ассортимента были разработаны методические подходы к категоризации аптечных организаций и категориальному анализу потребления лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента на примере государственной аптечной сети Свердловской области в 2012-2016 гг. Результаты кросс-секционного, корреляционно-регрессионного, эконометрического и матричного методов анализа реализованной потребности населения в лекарственных препаратах позволяют говорить об универсальности разработанных подходов и рекомендовать их для применения в крупных аптечных сетях.

Ключевые слова: аптеки, анализ ассортимента, категорийный менеджмент

Summary

In order to implement the evidence-based approaches for the analysis of pharmacies' assortment we developed methodological algorithms of pharmacies categorization and cross-category analysis of drugs and other pharmaceutical products assortment by the example of state-owned pharmacies chain in Sverdlovsk region in 2012-2016. The results of cross-sectional, correlative, regressive, econometric and matrix analytical methods confirmed the universality of the developed algorithms which should be recommended for implementation in pharmacy chains activities.

Keywords: pharmacies, assortment analysis, category management

Введение

Существующие сложности в реализации социальной миссии аптечных организаций (АО) в условиях возрастающей конкуренции делают необходимым поиск новых управленческих технологий, направленных на сохранение их конкурентоспособности путем проактивного реагирования на запросы потребителей. Для повышения экономической эффективности работы АО нами предложено внедрение концепции категорийного менеджмента. Несмотря на возрастающий интерес российских аптечных сетей к данному направлению, научные исследования, посвященные вопросам применения категорийного менеджмента в фармации, представлены небольшим числом работ, в которых рассмотрены возможности оптимизации полочного пространства АО [1], технологии анализа потребительских ожиданий [2, 3] и дифференцированного управления товарными запасами АО [4] на основе категориального анализа. В настоящее время можно говорить о насущной необходимости адаптации комплексных технологий категорийного ме-

неджмента и разработки методических подходов к оптимизации управления ассортиментно-ценовой доступностью лекарственных препаратов (ЛП) на основе методов матричного анализа розничного ассортимента с учетом объема и структуры реального потребительского спроса в различных категориях АО крупных аптечных сетей.

Цель исследования – разработка и апробация методических подходов к дифференцированному категориальному анализу ассортимента ЛП и товаров аптечного ассортимента (ТАА) на примере государственной аптечной сети.

Материалы и методы

Объектами исследования были выбраны аптечная сеть и розничный ассортимент государственного унитарного предприятия Свердловской области «Фармация» (ГУП СО «Фармация») в период наблюдения с 2012 по 2016 гг. В выборку были включены 90 аптечных организаций аптечной сети ГУП СО, характеризовавшихся стабильностью работы в рассматриваемый период. В



Рис. 1. Методический подход к категоризации АО на примере сети ГУП СО «Фармация»

номенклатурном перечне было выделено 12 298 уникальных товарных позиций. Лекарственный ассортимент был представлен 1569 международными непатентованными наименованиями лекарственных препаратов (МНН ЛП).

Методология исследования базировалась на использовании методов структурного, динамического, эконометрического, матричного анализа ассортимента, а также методов кросс-секционного и корреляционно-регрессионного анализа для проведения научно-обоснованной категоризации АО сети. Сравнение средних показателей работы АО проводилось с помощью непараметрического теста Манна-Уитни, для оценки тесноты связи исследуемых факторов определялись коэффициенты ранговой корреляции Спирмена (r_s), для проведения анализа степени влияния показателей использовались регрессионные модели на основе метода наименьших квадратов с поправкой на гетероскедастичность данных [5]. Статистическая обработка результатов проводилась с использованием программных продуктов Microsoft Office Excel, Gretl и Stata.

Результаты и обсуждение

Методический подход к проведению категоризации АО и выбору среди них индикаторных объектов включал семь последовательных этапов (рис. 1).

На первом этапе для характеристики регионального профиля аптечной сети ГУП СО «Фармация» был проведен анализ среднестатистической характеристики базовых показателей, среди которых: нагрузка населения на АО (чел.), общая площадь АО и площадь торгового зала

АО (m_2), проходимость (чел./день), востребованность АО (вероятность совершения покупки одним жителем из 100 чел. в день); а также экономические показатели работы АО: физический товароборот (ТО) (уп.), стоимостной ТО (руб.), сумма торговых наложений (ТН) (руб.).

На втором этапе категоризации АО был проведен корреляционно-регрессионный анализ, подразумевающий последовательное построение однофакторных и многофакторных моделей линейного и логистического прогноза показателей физического и стоимостного товароборота. Тесные корреляционные связи наблюдались между проходимостью АО и показателями «площадь АО» ($r_s=0,83$), «нагрузка населения на АО» ($r_s=0,75$), «стоимостной товароборот» ($r_s=0,70$). Выявленные статистически значимые ($p<0,05$) различия анализируемых показателей между АО, расположенными в городской и сельской местности, позволили дифференцировать прогнозные модели социально-экономических показателей (проходимость, товароборот, сумма торговых наложений).

Третий этап анализа предусматривал выявление категориальных характеристик АО для последующего углубленного изучения статистических характеристик АО в трех проекциях категоризации на четвертом этапе и анализа их взаимосвязи на пятом этапе. В проекции социо-географических признаков выделены 3 категории АО (АО, расположенные в г. Екатеринбурге, городской и сельской местностях Свердловской области), в проекции форматных характеристик выделено 5 категорий АО (XS, S, M, L, XL), в экономико-логистической проекции – 6



Рис. 2. Методический подход к проведению категориального анализа ассортимента

категорий (АО, расположенные при медицинских организациях; вблизи магистрали; в спальных районах; в офисных центрах; в отдаленных районах сельской местности; в слабо конкурентной среде).

Совмещение характеристик каждой АО в трех проекциях категоризации осуществлялось путем построения матрицы категоризации АО (шестой этап), в которой были представлены их среднестатистические характеристики (медианные значения с расчетом половины межквартильного интервала) и признаки типизации (качественный признак отнесения к категории). На заключительном этапе из разработанной матрицы категоризации 90 аптек был осуществлен выбор 20 индикаторных АО для углубленного категориального анализа лекарственного ассортимента.

Для проведения категориального анализа розничного ассортимента нами был разработан комплексный подход, предусматривающий совмещение результатов анализа ассортиментного и ценового профилей АО сети с результатами трехуровневого анализа социально-экономических показателей в соответствии с разработанной схемой категоризации АО. Совмещение результатов структурного анализа розничного ассортимента с показателями его реализации предусматривало построение ассортиментно-ценовых матриц на уровнях аптечной сети (совмещенная ассортиментно-ценовая матрица аптечной сети), укрупненной категории АО (совмещенная матрица для отдельных категорий АО) и каждой индикаторной АО (уникальная матрица). Использование матричной структуры позволило визуализировать результаты укруп-

ненного анализа номенклатурных позиций розничного ассортимента, классифицированных по 40 потребительским группам (ПГ) и 7 ценовым категориям (ЦК). Схематично методический подход к категориальному анализу ассортимента представлен на рис. 2.

Разработанный подход к проведению категориального анализа осуществляется на основе информационных баз сбора данных о показателях реализации товарной номенклатуры ГУП СО «Фармация» в разрезе выделенных ПГ и ЦК. Пошаговая методика реализации каждого этапа категориального анализа ассортимента ГУП СО «Фармация», формирования совмещенных и уникальных ассортиментно-ценовых матриц может быть использована для стратегического анализа ассортимента АО в целом или для любой отдельной потребительской группы ассортимента ЛП и ТАА.

Для апробации разработанной методики нами были последовательно воспроизведены этапы категориального анализа для построения уникальной ассортиментно-ценовой матрицы ведущей ПГ лекарственного ассортимента ГУП СО «Фармация» – «ЛП, применяемые при болезнях системы кровообращения (БСК)». Номенклатурный перечень данной ПГ в ГУП СО «Фармация» включает 195 МНН ЛП, представленных 873 номенклатурными позициями. В номенклатуре ПГ «ЛП, применяемые при БСК» 60,13% торговых наименований (ТН) относятся к категории жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП). В структуре ПГ «ЛП, применяемые при БСК» выделено 8 ПГ второго уровня и 7 ценовых категорий.

Результаты категориального анализа рассматриваемой ЛПГ на уровне социо-географических, форматных и экономико-логистических категорий АО позволили дифференцировать структуру и объем закупок ЛПГ на основе данных о реальных потребительских возможностях и, как следствие, повысить потребительскую ценность ассортимента. Стоит отметить, что наиболее высокие показатели потребления «ЛПГ, применяемых при БСК» стоимостью от 20 до 50 руб. наблюдаются в сельских АО (29,94% реализованного спроса). Данная ассортиментно-ценовая подгруппа характеризуется высокой долей ЛПГ, относящихся к категории ЖНВЛП (72,67% позиций).

Нами предложено проводить извлечение характеристических, сравнительных и углубленных профилей анализа из совмещенных ассортиментно-ценовых матриц для оптимизации работы специалистов различного уровня (заведующий АО, категорийный менеджер, руководитель аптечной сети, коммерческий директор). В частности, предложены схемы извлечения матрицы на основе моно-показателей вклада в физический товарооборот (для оценки реальной потребности в ЛПГ и ТАА специалистами, занимающимися планированием объема и структуры закупок), в стоимостной товарооборот и сумму торговых наложений (для оценки экономической роли ЛПГ и ТАА специалистами по маркетингу). Матрица по показателям доли ЖНВЛП и среднего уровня реализованной наценки рекомендована к использованию специалистами, контролирующими соблюдение фармацевтического порядка и осуществляющими мониторинг ценовой и ассортиментной доступности ЛПГ, относящихся к категории ЖНВЛП. Разработанные ассортиментно-ценовые матрицы индикаторных АО также рекомендованы к использованию за-

ведующими АО в качестве «шаблона» для планирования структуры перспективной потребности в ЛПГ в каждой конкретной АО сети ГУП СО «Фармация».

Заключение

На примере государственной аптечной сети нами был обоснован универсальный методический подход к проведению категоризации АО и категориального анализа ассортимента на основе проектирования совмещенных ассортиментно-ценовых матриц многоцелевого назначения.

Алгоритмизация аналитических процессов позволяет использовать разработанный методический подход для оптимизации ассортимента на основе стратегического и тактического экспресс-анализа ассортимента.

Разработанные методические подходы могут использоваться для оптимизации централизованного процесса управления товарным ассортиментом аптечных сетей вне зависимости от их организационно-правовой формы собственности, а также для повышения потребительской ценности ассортимента. ■

Каримова А.А., аспирант кафедры управления и экономики фармации ФГБОУ ВО «Уральский государственный медицинский университет» Минздрава России, г. Екатеринбург; Андрианова Г.Н., д.фарм.н., профессор, заведующая кафедрой управления и экономики фармации ФГБОУ ВО «Уральский государственный медицинский университет» Минздрава России, г. Екатеринбург. Автор, ответственный за переписку Каримова Алиса Алексеевна, 620100, г. Екатеринбург, ул. Восточная, 162Б, кв.4, +7(950)-549-29-64, alice-k2006@yandex.ru

Литература:

1. Яровиков Г.С. Разработка организационно-методического подхода к совершенствованию аптечного мерчандайзинга (на примере государственного унитарного предприятия «Медицинская техника и фармация Татарстана»). Автореферат кандидатской диссертации. Пермь 2011.
2. Бережная Е.С. Концепция стратегического инновационного управления на региональном фармацевтическом рынке. Автореферат докторской диссертации. Пятигорск 2014.
3. Елисеев В.А. 2013. Разработка модели управления аптечным ассортиментом иммуномодуляторов, применяемых для профилактики и лечения острых респираторных заболеваний (на примере Краснодарского края). Автореферат кандидатской диссертации. Москва 2013.
4. Степанов А.С. Оптимизация ассортимента фармацевтической организации с использованием метода имитационного моделирования. Научные ведомости БелГУ. Серия Медицина. Фармация. 2015; 22: 185-190.
5. Петри А., Сэбин К. Наглядная медицинская статистика. М: ГЭОТАР-Медиа; 2015.