

Утегенова Г.И.

О МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ
АПТЕЧНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

G.I. Utegenova

ON THE MARKET RESEARCH TERRITORIAL ORGANIZATION PHARMACY
BENEFITS POPULATION

УДК: 616-21.2

Одним из важных факторов, обеспечивающих рентабельность предприятий фармацевтического обеспечения населения, является местоположение будущего учреждения. Для оптимального размещения аптечных организаций в городской местности нами применена методика оценки экономической привлекательности территории. Установлено, что к факторам целесообразности открытия аптек на современном этапе следует относить: численность и плотность населения, заболеваемость, демографические показатели, доходы населения, показатель экономической привлекательности, планировочно-территориальную структуру района, транспортно-географическое положение района, число аптек на данной территории.

Ключевые слова: районирование, потенциал, привлекательность, территория.

One of the important factors for the profitability of pharmaceutical companies providing the population, is the location of the future facility. For optimal placement of drugstores in urban areas we have used the technique of assessing the economic attractiveness of the area.

Found that the factors expediency of opening pharmacies at this stage should be included: population size and density, incidence, demographics, income, indicator of economic attractiveness, planning-territorial structure of the area, transport and geographical location of the area, the number of pharmacies in the area.

Введение: Исследование задач теоретического и научно-прикладного исследования маркетингового управления в системе лекарственного обеспечения населения на региональном уровне проводится на основе анализа потребителей фармацевтической помощи с последующим определением качества оказания фармацевтических услуг населению, разработкой мероприятий по совершенствованию управления аптечными организациями и фармацевтическими кадрами на региональном уровне.

Постоянно возрастающий интерес к рынку лекарственных средств выдвинул в число приоритетных проблему фармацевтического маркетинга, основными задачами которого являются изучение рынка, обеспечение соответствия спроса и предложения на лекарственные средства и удовлетворение потребностей населения в услугах отрасли.

В настоящее время перед розничной торговлей лекарственных средств стоят большие задачи, включая требования развития, необходимость структурной перестройки розничной торговой сети, решение проблем, связанных с увеличением численности предприятий и их размещений [1].

«Материал и методы»: Процедура маркетинговых исследований общепринята и состоит из комплекса последовательных действий:

разработка концепции исследования (выявление проблемы, постановка цели, определение задач);
- получение и анализ эмпирических данных (разработка рабочего инструментария, процесс получения данных, их обработка и анализ)[2].

Так, в период формирования казахстанского фармацевтического рынка, когда в качестве экономических регуляторов стали выступать рыночные отношения, система лекарственного обеспечения претерпела кардинальные преобразования. Произошло бурное развитие, как розничной аптечной сети, так и оптовой.

По данным Комитета Фармацевтического контроля РК, на 1 января 2011 г, розничную и оптовую торговлю лекарственными средствами в целом по Казахстану осуществляли 9429 объектов фармацевтической деятельности. При этом число розничных объектов составляло 7618; 5189, из которых приходилось на город, 3429 - на село; 45% из них составляли аптеки (3852); 30% - аптечные киоски (2555); 14% - аптечные пункты (1211). Из этого числа 8,2% составляют аптечные склады т.е. 693 объекта; 1,3% фармацевтические производства - их 115. лишь 429 из них являются государственными организациями, 9017 объектов - организации частной формы собственности[3].

Положение с организацией аптечных учреждений различного типа в сельской местности Казахстана, прямо противоположно развитию сети в городах, что вызывает неравномерное получение фармацевтической помощи. Для исследования территориальной организации аптечного обслуживания населения нами проведено:

- изучение фактического размещения аптечной сети в РК на примере Южно-Казахстанской области (ЮКО) для составления карты размещения аптек по ЮКО;
- районирование РК по численности и плотности населения;
- обоснование факторов, влияющих на развитие и размещение аптечной сети;
- разработка методики определения нормативов развития и размещения аптечной сети в городской и сельской местности;

Необходимо отметить, что сектор социального обслуживания населения всегда являлся наиболее динамичным по сравнению с другими и первым

выходил из кризисных ситуаций, «вытягивая» за любой остальную экономику страны. Однако, чтобы это произошло, очень важно определить экономический потенциал территории с точки зрения размещения учреждений фармацевтического обслуживания: развитие конкурентной среды, уровня монополизации и др.

Одним из важных факторов, обеспечивающих рентабельность предприятий фармацевтического обеспечения населения, является местоположение будущего учреждения. При размещении сети аптек учреждений должны учитываться, с одной стороны, доступность для населения; место, как с точки зрения расстояния, так и времени, а, с другой – приносить, максимальную прибыль владельцам, что означает большое количество потенциальных покупателей и пользователей. Аптечные учреждения нужно рассматривать не только с функциональной, но и поведенческой точки зрения. В условиях достаточно жесткой конкуренции проблема привлекательности является определяющей для успеха или неудачи в работе на рынке [4].

Для оптимального размещения аптек организаций в городской местности нами применена методика оценки экономической привлекательности территорий [5]. Вся территория города условно поделена на отдельные участки и каждому участку, в зависимости от месторасположения присваивалось определенное количество баллов. Для территорий имеющей дополнительные факторы привлекательности (наличие торговых центров, автобусных остановок, супермаркетов и др.) присваивались дополнительные баллы. На следующем этапе для расчета оптимального числа аптек организаций которое необходимо разместить на территории любого района города нами использовались данные регрессионной статистики по следующим показателям: численность населения, плотность населения, площадь района, количество аптек на территории, суммарный показатель экономической привлекательности территориального участка, заболеваемость, объем реализации товаров аптек организаций.

В Казахстане динамично развиваются аптечные сети. По прогнозам аналитиков рост аптек сетей продолжится, и уже через 3-5 лет в Казахстане, к примеру, их будет 70-80% всех аптек учреждений. Мелкие отдельностоящие аптеки останутся, но выживать будут те, которые расположены в местах большого скопления людей [6]. Данный фактор

также необходимо учитывать при территориальном размещении аптек организаций.

Немаловажным фактором для успешного развития аптек организаций является правильно разработанная своя маркетинговая политика. Она должна строиться в нескольких направлениях: по отношению к ценам, имиджу, ассортименту товаров.

Предлагаемый ассортимент товаров данного аптечного учреждения определяется в соответствии с профилем специализации и ориентацией по отношению к близлежащим объектам. Имидж зарабатывается эффективностью предлагаемого товара, приемлемыми ценами и оказываемыми дополнительными услугами в течение нескольких лет работы.

Результаты исследования:

Нами установлено, что к факторам целесообразности открытия аптек на современном этапе следует относить: численность и плотность населения, заболеваемость, демографические показатели, доходы населения, показатель экономической привлекательности, планировочно-территориальную структуру района, транспортно-географическое положение района, число аптек на данной территории.

Обсуждение полученных данных: на основе проведенных маркетинговых исследований территориального размещения разработана карта размещения аптек организаций в г.Шымкент, рассчитана экономическая привлекательность территорий города, с применением регрессионного анализа рассчитано необходимое количество аптек организаций на каждом территориальном участке города, выявлены наиболее привлекательные а также менее привлекательные районы для размещения аптек города.

Список литературы:

1. Чкалова О.В. Формирование и развитие розничной торговой сети в мегаполисе.-Н.Новгород: Изд-во ННГУ.-2003.-231с.
2. Эрнашвили Н. Д. Маркетинг./ - М. -2000. 342с
3. Отчетные данные Комитета Фармацевтического контроля РК.
4. Колосова О.Л., Битерякова А.М., Васнецова О.А. Стратегия Фармацевтического маркетинга: размещение аптеки. Провизор. 1998г. №3 с32-35.
5. Натензон А.М. Проблемы территориальной организации аптечного обслуживания населения и пути её оптимизации. //Библиотека журнала «Экономический вестник фармации». - М.Мед. -2001. -с.238-241.
6. Максимкина Е.А., Сатаева Л.Г. Совершенствование лекарственного обеспечения в Республике Казахстан. Фармация. - 2008г. -№5. - с.32

Рецензент: к. формац.н., доцент Анарбаева Р.М.