

Сторчак Екатерина Фёдоровна, аспирант кафедры фармации государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования Кубанского государственного медицинского университета Министерства здравоохранения и социального развития, т.:89180420417, т.:88612357546, e-mail: katia.stor@mail.ru;

Бат Нафисет Масхудовна, доктор фармацевтических наук, профессор кафедры фармации государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования Кубанского государственного медицинского университета Министерства здравоохранения и социального развития, т.:88612684439.

РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОТРЕБНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В ВАКЦИННЫХ ПРЕПАРАТАХ (рецензирована)

Проведен анализ литературных источников, посвященных определению и формированию потребностей в лекарственных препаратах, и изучение практического опыта аптечных организаций в определении потребности населения в вакцинных препаратах. С учетом стандартных методик определения потребности, инновационных подходов и практического опыта разработан алгоритм определения потребности населения в вакцинных препаратах на региональном уровне.

Ключевые слова: аптечные организации, алгоритм, определение потребности, вакцинные препараты, анализ внешней и внутренней среды.

Storchak Ekatherina Fedorovna, postgraduate of the Department of Pharmacy of State budget institution of higher professional education Kuban State Medical University, Department of Health and Social Development, tel: 89180420417, tel: 88612357546, e-mail: katia.stor @ mail.ru;

Bat Nafiset Maskhudovna, Doctor of Pharmacy, professor of the Department of Pharmacy of State budget institution of higher professional education Kuban State Medical University, Department of Health and Social Development, tel: 88612684439.

DESIGN OF ALGORITHM FOR DETERMINING NEEDS OF THE POPULATION FOR VACCINES (reviewed)

The analysis of the literature devoted to defining and formation needs in drugs and study of practical experience of pharmacy organizations in identifying the needs of the population in vaccine preparations has been made. Algorithm for determining needs of the population in the vaccine preparations at the regional level taking into consideration the standard methods for determining needs, innovative approaches and practical experience has been developed.

Keywords: pharmacy organizations, algorithm, definition of requirements, vaccine preparations, analysis of internal and external environment.

Введение. Основной задачей аптечной организации на современном этапе развития здравоохранения и экономики является выполнение её социальной функции по обеспечению населения качественными и доступными по цене лекарственными препаратами. Для этого любая аптечная организация должна иметь представление о потребностях обслуживаемого ею населения, факторах их формирования и уметь рассчитывать потребность в лекарственных препаратах на будущие периоды [1, 2, 5]. Данное утверждение в полной мере относится к вакцинным препаратам.

Цель следования. Целью исследования явилось составление оптимального и универсального алгоритма определения потребности в вакцинных препаратах для населения Краснодарского края для аптечных и медицинских организаций, платных кабинетов иммунизации и коммерческих центров вакцинопрофилактики.

Методы исследования. Методы сравнения, группировки, наблюдения и интервьюирования.

Результаты исследования и обсуждение. Определение потребности в вакцинных препаратах в коммерческом секторе фармацевтического рынка является необходимой мерой для поддержания стабильной эпидемиологической ситуации по вакциноуправляемым инфекционным заболеваниям в регионе, и, в то же время, мерой по обеспечению экономического развития организаций, занимающихся обеспечением населения вакцинными препаратами на коммерческой основе [1].

Определение потребности в вакцинных препаратах – это многогранный процесс, требующий пристального изучения и анализа целого ряда факторов [1, 4].

Алгоритм определения потребности населения в вакцинных препаратах для аптечных организаций разрабатывался с учетом теорий маркетинга и менеджмента, товарной и ассортиментной политики аптечных

организаций. Он основан на знании своего потребителя, товарных характеристик вакцинных препаратов, генераторов спроса на них, конкурентного окружения, возможностях регионального фармацевтического рынка вакцинных препаратов, собственных преимуществ и недостатков в деятельности, связанной с обеспечением населения вакцинными препаратами, а также законодательного регулирования в данной сфере и анализе STEP-факторов и включает в себя несколько этапов [1, 3, 4, 5] (рисунок 1).

Первый этап. Анализ внутренней среды аптечной организации включает в себя анализ собственной деятельности. Анализ спроса на вакцинные препараты включает в себя сбор данных и изучение реализованного, неудовлетворенного и действительного спроса. Анализ реализованного спроса дает аптечной организации информацию о фактическом потреблении вакцинных препаратов, т.е. о наименовании, количестве, дозировках реализованных вакцинных препаратов; реальных потребителях вакцинных препаратов (возраст, пол, профессиональная принадлежность); доли реализованных вакцинных препаратов в товарообороте; рациональности собственной товарной политики (скорости реализации вакцинных препаратов); финансовом результате деятельности аптечной организации (доли чистой прибыли и доли издержек обращения, приходящихся на оборот вакцинных препаратов). Анализ неудовлетворенного спроса отвечает на вопросы о наименовании, количестве, дозировках необходимых населению вакцинных препаратов и потенциальных потребителях (возраст, пол, профессиональная принадлежность). Анализ действительного спроса дает представление о реальной потребности населения в вакцинных препаратах. При регулярном проведении данного анализа можно выявить особенности, тенденции и причины спроса.



Рис. 1. Алгоритм определения потребности в вакцинных препаратах

Анализ ассортиментной политики предполагает определение списков и перечней, к которым относятся вакцинные препараты; выявление структуры ассортимента вакцинных препаратов (наименование, дозировка, количество, сумма и др.); распределение вакцинных препаратов на группы исходя из стадий жизненного цикла; определение широты, насыщенности, глубины, ассортимента вакцинных препаратов; анализ обновления ассортимента (наименование и количество новых вакцинных препаратов); анализ оборачиваемости ассортимента вакцинных препаратов (по всей номенклатуре, по наименованию, по дозировкам, производителю и др.); анализ риска списания при сбыте (наименования, количество, суммы вакцинных препаратов с истекающим сроком годности); анализ ассортимента нереализованных вакцинных препаратов (выявление структуры – наименования, количество, дозировки, производитель, суммы и др. и причин – отсутствие спроса, бой, брак, порча, истечение сроков годности и др.); проведение ABC и XYZ – анализа ассортимента. Таким образом, определяется возможные недостатки и промахи с целью их нивелирования в будущем.

Анализ финансового результата предполагает установление доли вакцинных препаратов в товарообороте аптечной организации (в натуральном и стоимостном выражении); доли издержек обращения, приходящихся на вакцинные препараты; доли чистой прибыли, приходящейся на реализацию вакцинных препаратов. Т.е. установления рентабельности обеспечения населения вакцинными препаратами.

Анализ знаний и умений фармацевтического персонала предполагает периодическое проведение проверок уровня подготовки фармацевтических работников по вопросам оборота вакцинных препаратов и составление и претворения в жизнь программ обучения по данной тематике.

Анализ уровня сервиса в аптечной организации предполагает изучение предоставляемых населению услуг и качества их исполнения в контексте номенклатуры, доступности, своевременности, экономической целесообразности и необходимости для населения предоставляемых услуг. При этом принимаются меры по совершенствованию уровня сервиса в необходимом и достаточном варианте. Анализ внутренней среды предполагает выявление своих преимуществ и недостатков.

Второй этап. Анализ внешней среды аптечной организации включает анализ собственного места расположения аптечной организации и анализ регионального фармацевтического рынка.

Анализ собственного места расположения аптечной организации необходим для формирования оптимального ассортимента вакцинных препаратов. Данный анализ сводится к определению своего расположения в городской или сельской местности; расположения в спальных, промышленных, элитных или других районах; определению близости к транспортным развязкам, местам скопления людей; близости к конкурирующим организациям и к генераторам спроса на вакцинные препараты. Что необходимо для выявления благоприятных возможностей и угроз деятельности по обеспечению населения вакцинными препаратами.

Анализ товарных характеристик вакцинных препаратов заключается в установлении количества и номенклатуры международных непатентованных и торговых наименований вакцинных препаратов, зарегистрированных в Российской Федерации с учетом дозировки и комплектации потребительской единицы; производителя (отечественный или зарубежный, репутация); отношении вакцинных препаратов к перечню жизненно-необходимых и важнейших лекарственных препаратов, к национальному календарю профилактических прививок и календарю профилактических прививок по эпидемическим показаниям; их качества, эффективности и безопасности; выявлении групп населения, подлежащих вакцинации конкретными вакцинными препаратами (по возрасту, полу, виду профессиональной деятельности и другим критериям); необходимой дозировки для проведения вакцинации и ревакцинации; количества и временных интервалов ревакцинаций; условий транспортирования и хранения; объема единицы упаковки в см³; сроков годности; установлении ценовой доступности вакцинных препаратов для населения различных социальных категорий.

При проведении анализа товаропроводящей сети вакцинных препаратов выявляют потенциально возможные и наиболее рациональные варианты организации товаропроводящей сети вакцинных препаратов и производят выбор поставщика.

Анализ конкурентов включает в себя анализ их ассортимента вакцинных препаратов (международное непатентованное и торговое наименование, дозировка, комплектация потребительской единицы, производитель, если возможно, поставщик и др.); анализ ценовой политики (отпускная цена, если возможно, цена поставщика и наценка, скидки и др.); уровень сервиса (предоставляемые услуги и качество обслуживания); средства формирования и стимулирования сбыта (реклама, скидки, услуги). Анализ конкурентов проводится для обобщения и использования в собственной деятельности их положительного опыта и создания своего уникального стиля работы с вакцинными препаратами.

Анализ генераторов спроса на вакцинные препараты включает в себя выявление их номенклатуры, изучение количества, расположения, факторов и степени их влияния на реализацию вакцинных препаратов. Такими организациями для аптечной организации могут являться медицинские организации, платные кабинеты иммунизации и, в меньшей степени, коммерческие центры вакцинопрофилактики. Этот анализ проводится с целью максимального использования данного влияния для реализации вакцинных препаратов.

Анализ внешней среды предполагает выявление благоприятных возможностей и реальных и потенциальных угроз деятельности по обеспечению населения вакцинными препаратами.

Третий этап. Анализ законодательного регулирования также важен на каждом этапе определения потребности населения в вакцинных препаратах. При этом анализируется вся нормативно-правовая и методическая база в сфере вакцинопрофилактики и с учетом ее требований планируется и строится работа с вакцинными препаратами, в том числе и определение потребностей в них населения.

Четвертый этап. Глобальный анализ внешней среды аптечной организации также подразумевает изучение и отслеживание в динамике социальной, политической, экономической и технологической ситуации в Российской Федерации и Краснодарском крае на всех этапах определения потребности в вакцинных препаратах, поскольку изменение данных параметров существенно влияет на объем и структуру реализации вакцинных препаратов. Основными факторами, влияющими на формирование спроса на вакцинные препараты и их потребление населением, являются: изменение численности населения за счет естественного прироста и/или миграции; изменение материального благосостояния населения; расширение сети медицинских и аптечных организаций; развитие медицинской и фармацевтической науки; повышение общей культуры и медицинской грамотности населения в отношении вакцинопрофилактики; сближение уровней медицинской и лекарственной помощи городскому и сельскому населению; товарные характеристики вакцинных препаратов и др.

С учетом стабильности динамики развития социальной, политической, экономической и технологической ситуации можно планировать потребность в вакцинных препаратах на продолжительные сроки.

ВЫВОДЫ

Разработанный алгоритм определения потребности населения в вакцинных препаратах является универсальным и включает в себя все факторы, влияющие на определение и формирование потребности населения в вакцинных препаратах. Данный алгоритм может использоваться аптечными и медицинскими организациями, платными кабинетами иммунизации и коммерческими центрами вакцинопрофилактики. В зависимости от специфики работы данных организаций возможно сокращение некоторых методик анализа в определении потребности населения в вакцинных препаратах.

Литература:

1. Васнецова О.А. Маркетинг в фармации. М.: Книжный мир, 1999. 334 с.
2. Васнецова О.А. Маркетинговые исследования в здравоохранении. М.: Товарищество научных изданий КМК, 2008. 209 с.
3. Кузубова Е.Л. Социальный менеджмент в работе фармацевтических организаций. М., 2003. 240 с.
4. Лоскутова Е.Е., Савельева З.А., Зайцева З.И. Финансово-экономический анализ деятельности аптечного предприятия. М.: МЦФЭР, 1999. 176 с.
5. Фомина А.В., Кича Д.И. Формирование ассортиментной политики // Новая аптека. 2001. №2. С. 33-35.

References:

1. Vasnetsova O.A. *Marketing in pharmacy*. M.: Book World. 1999. 334p.
2. Vasnetsova O.A. *Marketing research in health care*. M.: KMK Scientific Publications Association. - 2008. - 209 p.
3. Kuzubova E.L. *Social management in the pharmaceutical organizations*. M., 2003. - 240.
4. Loskutova E.E., Z.A. Saveliyeva, Z.I. Zaitseva *Financial and economic analysis of pharmaceutical companies*. M.: MCFR. 1999. 176 p.
5. Fomina A.V., Kicha D.I. *The formation of assortment policy* // A new pharmacy. 2001. № 2. P. 33-35