

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/397539>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

Введение.....	3
ГЛАВА 1. Теоретическая часть.....	6
1.1 Понятие об ассортименте.....	6
1.2 Расположения аптек и их ассортимент.....	7
1.3 Классификация товаров аптечного ассортимента.....	9
1.4 Дополнительный ассортимент в аптеке.....	11
1.5 Ассортиментная политика аптечной организации.....	13
ГЛАВА 2. Практическая часть.....	18
2.1 Краткая характеристика аптечного предприятия.....	18
2.2 Оценка ассортимента аптеки «Вита-экспресс».....	19
2.3 Изучение ассортимента категории «Товары для детей».....	19
2.4 Анализ ассортимента товаров для детей.....	22
2.5 Анализ потребительского спроса на ассортимент товаров для детей....	
Заключение.....	29
Список использованных источников	31

ВВЕДЕНИЕ

На фармацевтическом рынке сложилось понятие «товары аптечного ассортимента», обобщающее группы товаров, реализуемых через розничные и оптовые аптечные организации. Прежде всего, это лекарства, в том числе гомеопатические, и изделия медицинского назначения. В целом перечень товаров, разрешенных к отпуску из аптечных организаций, установлен Федеральным законом № 61 «Об обращении лекарственных средств». Товары «основного ассортимента» традиционно реализуются в аптеках и составляют основу перечней обязательного ассортимента, жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств, лекарственных средств, реализуемых бесплатно и на льготных условиях. Большая часть этого ассортимента продается только в аптечных организациях, поэтому эти товары условно можно назвать фармацевтической продукцией.

В связи с расширением товарной номенклатуры аптечных организаций в них появилось значительное количество товаров «дополнительного» ассортимента, или парафармацевтической продукции. Например, за рубежом в эту группу в основном входят косметические и гигиенические средства. В нашей стране это включает в себя продукты дополнительного аптечного ассортимента, сопутствующие лекарственные средства и изделия медицинского назначения, предназначенные для профилактики, лечения заболеваний, облегчения состояния человека, ухода за телом. Это косметические средства, санитарно-гигиенические изделия, минеральные воды, диетическое и детское питание, оптика для очков, справочная и учебная литература.

Ассортимент аптечной организации можно считать рациональным, когда набор имеющихся товаров наиболее полно удовлетворяет действительно обоснованным потребностям различных сегментов рынка, то есть отвечает потребностям всех потребителей, требованиям действующих нормативных актов и обеспечивает экономическую эффективность аптечной организации.

Постоянный анализ ассортимента, основанный на современных методах маркетинговых исследований, дополненный изучением перспектив развития рынка отдельных, наиболее значимых фармакотерапевтических групп, может стать основой для формирования рационального ассортиментного портфеля, в частности, исключения из него устаревших и нерентабельных препаратов.

Цель работы: рассмотреть дополнительный ассортимент аптечных товаров и потребительские предпочтения на примере товаров для детей и новорожденных.

Задачи работы:

1. Изучить и провести сравнительный анализ ассортимента аптечных товаров;
2. Узнать, какие товары пользуются популярностью у разных категорий граждан;
3. Изучить теоретические источники формирования аптечного ассортимента;

4. Оценить потребительский спрос на товары для детей и новорожденных.

Объект исследования: аптека «Вита-экспресс», расположенная по адресу город Екатеринбург, ул. Красных Командиров, 1, Орджоникидзевский район, микрорайон Эльмаш.

Предмет исследования: дополнительный ассортимент аптечных товаров аптеки «Вита-экспресс», расположенной по адресу г. Екатеринбург, ул. Красных Командиров, 1, Орджоникидзевский район, микрорайон Эльмаш .

Методы исследования:

- анализ научной медицинской и методической литературы по теме;
- статистический метод математической обработки материала и интерпретации полученных данных.

Практическая значимость исследовательской работы заключается в том, что анализируется дополнительный ассортимент аптеки, выявляются потребительские предпочтения покупателей в категории «Товары для детей и новорожденных», что способствует быстрой оборачиваемости товаров, отсутствию затоваривания и убытков.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1.1 Понятие об ассортименте

Ассортимент – это подборка товаров различных типов и разновидностей, объединенных по какому-либо признаку и предназначенных для наиболее полного удовлетворения спроса.

Фундаментальной особенностью отнесения продукции к медицинской и фармацевтической является ее использование в здравоохранении для больных и здоровых людей с диагностическими, терапевтическими и профилактическими целями. Это специфическая особенность лекарственных препаратов, которая предъявляет высокие требования к их качеству.

Ассортимент лекарственных средств – это номенклатура (перечень) различных лекарственных средств, объединенных по фармакотерапевтическим, фармакологическим, химическим или иным характеристикам и обеспечивающих оптимальное лечение, диагностику, профилактику заболеваний с учетом современных представлений о рациональной фармакотерапии и возможностей производства лекарственных средств отечественной и зарубежной фармацевтической промышленностью.

На фармацевтическом рынке сложилось понятие «товары аптечного ассортимента», обобщающее группы товаров, реализуемых через розничные и оптовые аптечные организации. Прежде всего, это лекарственные средства, в том числе гомеопатические, БАДы и медицинские приборы.

Гомеопатические лекарственные средства – это одно- или многокомпонентные препараты, содержащие, как правило, микродозы активных соединений, произведенных по специальной технологии и предназначенных для внутреннего, парентерального или местного применения в виде различных лекарственных форм.

Медицинские изделия – это медицинские изделия, зарегистрированные в установленном законом порядке, вспомогательные медицинские изделия, предметы ухода за пациентами и другие изделия, используемые для решения проблем, связанных со здоровьем.

Продукт – это материальный или нематериальный результат деятельности, направленной на удовлетворение реальных или потенциальных потребностей.

Товар – это материальный продукт, предназначенный для купли-продажи (коммерческая деятельность).

Изучением товаров занимаются многие дисциплины, при этом в определение товаров вносятся различные уточнения, указывающие на особенности точки зрения, с которой рассматривается товар.

Существует множество различных групп, на которые делится ассортимент аптечных товаров.

1.2 Расположение аптек и их ассортимент

Предпочтения тех покупателей, которые будут чаще приходить в аптеку, и будут основным фактором, влияющим на ассортимент. Как правило, портрет целевого покупателя зависит в основном от местоположения точки. Эксперты выделяют несколько ключевых мест расположения аптек:

- Аптеки в торговом центре;
- Аптеки на оживленных городских улицах;
- Аптеки в жилых районах.

Особенности ассортимента аптек в торговых центрах

Чаще всего аптеку в торговом центре посещают люди в возрасте от 25 до 45 лет с доходами выше среднего. В таких аптеках гораздо лучше продаются следующие категории товаров:

- Препараты от ОРВИ, гриппа;

- Противозачаточные средства;
- Антидепрессанты;
- Витамины;
- Средства для похудения;
- Косметические средства;
- Препараты против аллергии;
- Успокоительные;
- Растворы для линз;
- Препараты для потенции и т.д.

1. Ассортимент, виды ассортимента фармацевтических товаров. / [Электронный ресурс] // Mydocs.ru : [сайт]. — URL: <https://mydocs.ru/1-66024.html> (дата обращения: 17.04.2023).
2. Ассортимент лекарственных средств. Основные понятия // Studfile.net URL: <https://studfile.net/preview/9916427/> (дата обращения: 16.04.23).
3. Атанова Н.М. / Аптечный ритейл. Как повысить доходность бизнеса. // Новая аптека. Эффективное управление. - 2022. - №2. - С. 38-41.
4. Ассортиментная политика аптечной организации // Cyberpedia.su URL: <https://cyberpedia.su/12x7fcd.html> (дата обращения: 20.10.2023).
5. Афанасьев А.М. Научные основы управления сферой обращения лекарственных средств. / А.М. Афанасьев.- СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2017- с. 96-97. –Текст: непосредственный.
6. Гурьева. Т. / Аптечная розница: поиск стратегических альтернатив продолжается. // Новая аптека. Эффективное управление. - 2022. - №1. - С. 48-50.
7. Джупарова И.А., Сбоева С.Г. / Конкурентная стратегия аптечной организации // Фармация. - 2019. - №4. - С. 30-32.
8. Отпуск лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента (МДК.01.02) / [Ю. П. Матвеева, А. С. Лесонен, О. В. Жукова [и др.]. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2022. – 206 с. – (Среднее медицинское образование). – ISBN 978-5-222-35224-3. – Текст : электронный // URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785222352243.html> (дата обращения: 17.04.2023).
9. Отпуск лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента : учебное пособие / И. А. Наркевич, Н. Г. Золотарева, Т. Е. Иванова, С. В. Синотова. – Москва : ГЭОТАР-Медиа, 2021. – 160 с. – ISBN 978-5-9704-5733-7. – Текст : электронный // URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785970457337.html> (дата обращения: 17.04.2023).
10. Российская Федерация. Законы. Об обращении лекарственных средств : Федеральный закон от 12.04.2010 N 61-ФЗ (с изменениями и дополнениями ред. От 28.12.2017) : [принят Государственной Думой 24 марта 2010 года : одобрен Советом Федерации 31 марта 2010 года]. – Текст : электронный // Гарант : [сайт]. – 2023. – URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/12174909/paragraph/25019:0> (дата обращения: 16.04.2023).
11. Шкандаль М. / Остаться в живых. // "Катрен Стиль". - 2019. - №4.- с. 32-33.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovyе-raboty/kurovaya-rabota/397539>