
МУЛЬТИКРИТЕРИАЛЬНЫЙ ПОДХОД КАК ОСНОВА КОНЦЕПЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТНОГО ПОРТФЕЛЯ АПТЕЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Е.Е. Лоскутова, К.В. Сударенко

Кафедра управления и экономики фармации
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 8, Москва, Россия, 117198

В данной работе представлено теоретическое обоснование использования мультикритериального подхода, позволяющего оптимизировать ассортимент безрецептурных лекарственных препаратов аптечной организации с учетом запросов конечных и институциональных потребителей для оказания качественной фармацевтической помощи населению.

Ключевые слова: мультикритериальный подход, безрецептурные лекарственные препараты, ассортимент.

Прогнозируемыми результатами реализации стратегии лекарственного обеспечения населения РФ на период до 2025 г. должны стать формирование и функционирование системы рационального использования лекарственных препаратов для медицинского применения и повышение удовлетворенности населения доступностью лекарственной помощи, значительная доля которой осуществляется посредством препаратов, отпускаемых без рецептов врачей.

В последние десятилетия наблюдается постоянное увеличение объемов продаж безрецептурных лекарственных препаратов (БЛП) как в нашей стране, так за рубежом, что обусловлено глобальными причинами, связанными с ростом расходов на здравоохранение, повышением стоимости медицинских услуг, доступностью информации о лечении различных заболеваний (в том числе в сетевых ресурсах), стремлением значительной части населения к здоровому образу жизни, расширением ассортимента БЛП в аптечных организациях и пр. [1].

По оценкам аналитиков, указанные тенденции сохранятся и в будущем, поэтому совершенствование положительных аспектов использования БЛП должно сопровождаться изучением запросов потребителей, что способствует качественному оказанию фармацевтической помощи, а также поддержанию экономической эффективности аптечной организации (АО). Таким образом, построение сбалансированного ассортиментного портфеля БЛП требует учета запросов конечных и институциональных потребителей [2].

Для решения данной задачи нами был предложен и апробирован мультикритериальный подход, предусматривающий использование группы количественных и качественных критериев для оценки и сравнения вариантов набора лекарственных препаратов, составляющих ассортиментный портфель БЛП аптеки. В основу данного подхода положены элементы методов анализа иерархий и многокритериальной оптимизации, которая имеет различные методы реализации:

— «справедливого компромисса», когда все критерии, влияющие на эффективность решения задачи, имеют одинаковую важность, а справедливость компромисса определяется отклонениями между уровнями снижения и повышения качества критериев;

— «приближения по всем локальным критериям к идеальному решению», предполагающего существование идеального значения критериев и при этом поставленная задача будет решена, если все критерии примут это идеальное значение как можно более синхронно;

— «последовательных уступок» (метод квазиоптимизации локальных критериев), построенный на ранжировании критериев по степени важности, максимизации и определении наибольшего значения первого критерия, последовательном назначении на первое место остальных критериев и их максимизации;

— «свертывания векторного критерия в суперкритерий» заключается в сведении многокритериальной задачи к однокритериальной на основе последовательных преобразований и свертывания векторного критерия в «суперкритерий» с использованием весовых коэффициентов и оценочных значений критериев [3, 4].

Отсутствие «идеальных» значений исследуемых показателей, характеризующих потребителей и ассортимент БЛП, а также данных о распределении критериев по степени важности обусловили целесообразность использования метода свертывания векторного критерия в суперкритерий. Важным результатом применения мультикритериального подхода, по нашему мнению, является не только отбор наиболее значимых критериев ассортимента, но и оптимизация взаимодействия между потребителями БЛП и аптечными организациями за счет устранения противоречий, связанных с неполным учетом потребительских предпочтений.

Исходя из метода многокритериальной оценки была определена основная формулировка гипотезы исследования: обоснованная иерархия критериев оценки ассортимента безрецептурных лекарственных препаратов позволит оценивать и оптимизировать ассортиментную матрицу БЛП в аптечных организациях.

При проведении исследования использовались следующие принципы:

— подчиненности (зависимости) от состояния макросреды, учета макроситуации на рынке БЛП, современного его состояния для обоснования критериев;

— паритета факторов, определяющих поведение потребителей (потребительских) и относящихся к деятельности аптечной организации по формированию ассортимента БЛП (институциональных), которым при расчете количественных значений критериев присваиваются равные коэффициенты весомости;

— соответствия набора критериев требованиям, необходимым для решения многокритериальной задачи, а именно:

— полнота, т.е. добавление дополнительных критериев не должно существенно менять полученные результаты оценки потребителей или ассортимента аптеки, а исключение хотя бы одного из доминирующих критериев меняет результат;

— однозначность — каждый критерий должен иметь однозначный смысл и характеризовать определенный аспект потребительского выбора или деятельности аптечной организации;

— структурированность — набор критериев должен давать возможность упрощать оценивание предпочтений потребителей и ассортимента БЛП путем разбиения мультикритериев на частные критерии;

- оптимальность — вариант оценочного решения потребителей БЛП и ассортимента на каждом уровне иерархии должен содержать оптимальное число критериев, включая детерминирующие критерии;
- измеримость — каждый критерий должен иметь возможность количественной или качественной оценки, а также определения оценочных значений и коэффициентов весомости.

Для реализации данного исследования была предложена концептуальная схема мультикритериального подхода к оценке и формированию ассортиментной матрицы АО, реализация которого проводилась по специально разработанной программе, состоящей из 5 этапов: 1) стратегический анализ внешней среды рынка БЛП; 2) создание и анализ информационного массива всех зарегистрированных БЛП в РФ; 3) изучение факторов и определение потребительского мультикритерия; 4) определение институционального мультикритерия; 5) оценка сбалансированности ассортиментной матрицы аптечной организации. Для каждого этапа были определены: цель, объекты, методы, инструменты, результат и сформулировано семь рабочих гипотез.

Рабочая гипотеза 1: существуют факторы макросреды фармацевтического рынка, которые прямо или косвенно оказывают влияние на выбор потребителями безрецептурных лекарственных препаратов и формирование ассортиментного портфеля аптечной организации.

Рабочая гипотеза 2: существует возможность определения наиболее значимых характеристик БЛП и базовых маркетинговых показателей ассортимента на основе анализа всего массива зарегистрированных безрецептурных лекарственных препаратов.

Рабочая гипотеза 3: в иерархии критериев, при определении количественных значений мультикритериев А, I и II уровней, частные критерии имеют равную весомость. В результате исследования получена трехуровневая иерархия критериев, выделены мультикритерии I уровня: потребительские и институциональные, каждый из которых включает мультикритерии II уровня.

Рабочая гипотеза 4: потребители безрецептурных лекарственных препаратов имеют определенные особенности и предпочтения, отличающие их от потребителей других товаров аптечного ассортимента, потребительские характеристики изменяются во времени.

Рабочая гипотеза 5: существуют доминирующие критерии, которые обуславливают потребительский выбор на рынке безрецептурных лекарственных препаратов.

Рабочая гипотеза 6: маркетинговые показатели ассортимента БЛП аптечной организации, косвенно отражающие потребительские предпочтения, могут использоваться для оценки сбалансированности ассортимента.

Рабочая гипотеза 7: каждая стратегическая группа ассортимента БЛП (полученная на основе ABC-анализа) имеет свои оптимальные значения маркетинговых показателей и коэффициента рациональности.

В результате апробации предложенного мультикритериального подхода подтверждена основная гипотеза данного исследования, а его практическое использо-

вание позволило оценивать и оптимизировать ассортиментную матрицу БЛП в аптечных организациях и повышать качество оказываемой фармацевтической помощи населению.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Лоскутова Е.Е., Сударенко К.В.* Трансформация потребительских предпочтений на рынке ОТС-препаратов // Ремедиум. — 2012. — № 4. — С. 48—50.
- [2] *Уварова Ю.* Мировой фармацевтический рынок: состояние, прогнозы, перспективы // Ремедиум. — 2011. — № 7. — С. 38—39.
- [3] *Saati T.* Принятие решений. Метод анализа иерархий / Пер. с англ. Р.Г. Вачнадзе. — М.: Радио и связь, 1993. — 278 с.
- [4] *Крупнова А.С., Бобков С.П., Галиаскаров Э.Г.* Методика мультикритериального анализа качества программного продукта // Прилож. к журналу «Современные наукоемкие технологии». — 2009. — № 2. — С. 54—57.

REFERENCES

- [1] *Loskutova E.E., Sudarenko K.V.* Transformation of consumer preferences in the market of OTC-preparations // Remedium. — 2012. — N 4. — P. 48—50.
- [2] *Uvarova Yu.* World pharmaceutical market: state, forecasts, prospects // Remedium. — 2011. — N 7. — P. 38—39.
- [3] *Saati T.* Decision-making. Method of the analysis of hierarchies / The Lane with English R.G. Vachnadze. — M.: Radio and communication, 1993. — 278 p.
- [4] *Krupnova A.S., Bobkov S.P., Galiaskarov E.G.* Metodika of the multicriteria analysis of quality program product // Prilozh. to the Modern High Technologies. — 2009. — N 2. — P. 54—57.

MULTI-CRITERIA APPROACH AS THE BASIS CONCEPT OF FORMATION OF THE PRODUCT PORTFOLIO OF PHARMACY ORGANIZATIONS

E.E. Loskutova, K.V. Sudarenko

Chair of management and pharmacy economy
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya str., 8/2, Moscow, Russia, 117198

This study presents a theoretical basis for using multi-criteria approach in order to optimize the assortment of non-prescription medications of pharmacy organizations to satisfy needs of institutional and end-users for the provision the quality pharmaceutical care to the population.

Key words: multi-criteria approach, OTC medicines, assortment.