

---

## 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.