

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕДИЦИНСКОЕ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЕ  
ТОВАРОВЕДЕНИЕ**

Учебно-методическое пособие

Воронеж  
Издательский дом ВГУ  
2018

Утверждено научно-методическим советом фармацевтического факультета  
2 июля 2018 г., протокол № 1500-08-06

Авторы: Е. В. Болдырева, Е. Е. Чупандина, А. Ю. Родивилова, А. А. Черникова

Рецензент – кандидат фармацевтических наук, доцент кафедры фармацевтической химии и фармацевтической технологии фармацевтического факультета Ю. А. Полковникова

Учебно-методическое пособие подготовлено на кафедре управления и экономики фармации и фармакогнозии фармацевтического факультета Воронежского государственного университета.

Рекомендовано студентам фармацевтического факультета всех форм обучения как руководство для выполнения практических заданий по дисциплине «Медицинское и фармацевтическое товароведение».

Для специальности 33.05.01 – Фармация

## Содержание

ТЕМА 1. Основы товароведения: предмет и методы медицинского и фармацевтического товароведения, исторические аспекты развития товароведения, как научной дисциплины .....	4
ТЕМА 2. Товар и товарная политика: основные положения и направления .....	7
ТЕМА 3. Конкурентоспособность товара .....	11
ТЕМА 4. Ассортиментная политика и управление ассортиментом аптечной организации .....	20
ТЕМА 5. Классификация и кодирование товаров аптечного ассортимента .....	27
ТЕМА 6. Упаковка и маркировка товаров аптечного ассортимента .....	31
ТЕМА 7. Техническое регулирование обращения товаров аптечного ассортимента .....	38
ТЕМА 8. Приемка товара в фармацевтической организации .....	41
ТЕМА 9. Хранение ЛП, МИ, БАД, ИБЛ и других товаров аптечного ассортимента .....	47
ТЕМА 10. Закупка и перевозка ЛП, МИ, ИБЛ, БАД и других товаров аптечного ассортимента .....	51
ТЕМА 11. Уничтожение недоброкачественных, фальсифицированных и контрафактных лекарственных средств .....	56

# **ТЕМА 1. ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ: ПРЕДМЕТ И МЕТОДЫ МЕДИЦИНСКОГО И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ТОВАРОВЕДЕНИЯ, ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРОВЕДЕНИЯ КАК НАУЧНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Цель занятия** – сформировать комплекс знаний обучающегося в области основ медицинского и фармацевтического товароведения, обеспечивающих готовность и способность обучающегося осуществлять фармацевтическую деятельность.

## **Задачи:**

- 1) изучить предмет и методы медицинского и фармацевтического товароведения;
- 2) изучить исторические аспекты развития товароведения как научной дисциплины;
- 3) изучить место медицинского и фармацевтического товароведения в системе подготовки фармацевтических работников и его связь с другими дисциплинами.

## **Самостоятельная работа**

Подготовьте сообщение по одной из предложенных тем.

1. Предмет и методы медицинского и фармацевтического товароведения.
2. Объекты и субъекты медицинского и фармацевтического товароведения.
3. Исторические аспекты развития медицинского и фармацевтического товароведения.
4. Место медицинского и фармацевтического товароведения в системе подготовки фармацевтических работников и его связь с другими дисциплинами.

Студенты каждой группы определяют тему самостоятельно. Сообщение оформляется в виде реферата. Реферат должен содержать:

- название темы;
- основную часть – информация, систематизированная и обработанная обучающимся, по заявленной теме;
- выводы.

Доклад может содержать приложения с иллюстративным материалом (рисунки, схемы, таблицы, фотографии и т.п.), который должен быть связан с основным содержанием.

### **Требования к оформлению доклада**

Текст доклада печатается на стандартных страницах белой бумаги формата А4. Шрифт Times New Roman, размер – 12–14 пт, межстрочный интервал – 1,5; поля: слева – 25 мм, справа – 10 мм, сверху и снизу – 20 мм. Объем реферата – не более 5 страниц (не считая титульного листа).

Приложения могут занимать до 5 дополнительных страниц. Приложения должны быть пронумерованы и озаглавлены. В тексте доклада на них должны содержаться ссылки.

Титульный лист включает название доклада, сведения об авторе (фамилия, имя, отчество, группа).

Страницы должны быть пронумерованы. Доклад и приложения скрепляются вместе с титульным листом.

Время доклада – 10 мин.

### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

Круглый стол «Основы медицинского и фармацевтического товарооборота».

Представление сообщений по выбранной теме и обсуждение докладов. Сообщение представляется группой обучающихся. Время доклада – 10 мин.

### *Шкала оценки сообщений*

«Отлично» – сообщение соответствует заявленной теме. Содержит элементы анализа представленного материала. Докладчик отлично ориентируется в материале и отвечает на все вопросы, владеет специальной терминологией. Реферат, доклад, информационный материал оформлены в соответствии с требованиями.

«Хорошо» – сообщение в целом отвечает заявленной теме. Допущены неточности, выводы четкие. Докладчик хорошо ориентируется в материале. Отвечает не на все вопросы. Реферат, доклад, информационный материал оформлены в соответствии с требованиями.

«Удовлетворительно» – сообщение не информативно. Докладчик не отвечает на вопросы. Реферат, доклад, информационный материал небрежно оформлены.

«Неудовлетворительно» – сообщение раскрывает цель задания, не структурировано или отсутствует. Реферат, доклад, информационный материал отсутствуют.

## **ТЕМА 2. ТОВАР И ТОВАРНАЯ ПОЛИТИКА: ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ**

**Цель занятия** – сформировать знания и умения в области реализации товарной политики в аптечной организации.

### **Задачи:**

- 1) научить умению определять ориентировочный годовой объем потребления нового препарата;
- 2) сформировать навыки проведения трехуровневого анализа лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.

### **Самостоятельная работа**

**Задание 1.** Подготовьте два сообщения о фирме-производителе:

- 1) KRKA;
- 2) ООО «ФАРМСТАНДАРТ».

**Внимание:** первые два студента каждой группы выбирают тему самостоятельно и представляют сообщение (5–10 мин) на занятии по следующей схеме:

- а) наименование фирмы-производителя;
- б) название страны, в которой находится фирма производитель;
- в) основные направления деятельности фирмы;
- г) перечень групп лекарственных препаратов, выпускаемых предприятием;
- д) отличительные особенности.

**Задание 2.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

## Вопросы для устного обсуждения на занятии

1. Товар: определение, сущность.
2. Классическая модель товара по Ф. Котлеру.
3. Классификация товаров. Приведите примеры.
4. Отличительные особенности ЛП как товара.
5. Группы товаров аптечного ассортимента (61-ФЗ).
6. Медицинские изделия: определение, классификация, регистрация.
7. Понятия ассортиментной группы и товарной номенклатуры.
8. Товарная политика: определение, основные направления.
9. Цели и задачи товарной политики.
10. Концепция нового товара.
11. Классификация новых товаров с точки зрения новизны для потребителей и производителей.
12. Понятие нового товара с позиции ЛП на уровне производителя.
13. Этапы разработки нового товара.
14. Второе направление товарной политики – проектирование марочной политики.
15. Собственная торговая марка (далее – СТМ) и условная торговая марка (далее – УСТМ), определение, отличия друг от друга.
16. Основные стратегии развития СТМ (демпинг, замещение конкурента, расширение бренда), примеры.
17. Группы товаров аптечного ассортимента (61-ФЗ), в которых рационально введение СТМ.
18. Возможные направления реализации СТМ в АО, примеры (простой СТМ, эксклюзив, собственные бренды, ко-брендинг).
19. Преимущества наличия СТМ для АО и для потребителей.
20. Региональные и федеральные аптечные сети, использующие СТМ. Приведите примеры и укажите товарные категории СТМ («Ригла», «Апрель», «Здоровый город», «Фармия» и др.)



## Методические рекомендации к практическим занятиям

**Задание 1.** На примере предложенных фирм-производителей (KRKA и ОАО «ФАРМСТАНДАРТ») структурируйте их товарный знак. Опишите в тетради отличия понятий «товарный знак» и «бренд». Определите бренди-рованные препараты этих фирм-производителей.

**Задание 2.** Проведите трехуровневый анализ предложенного лекарст-венного препарата, БАД, косметического средства, медицинского изделия.

**Задание 3.** Определите ориентировочный годовой объем сбыта ново-го товара по результатам ответов выборочного опроса целевых потребите-лей об их намерении купить новинку в течение года.

№ п/п	Показатели	Варианты			
		1	2	3	4
1	Цена товара (тыс. руб.)	10	5	15	10
2	Ответы (%):				
2.1	Определенно, да	15	10	5	10
2.2	Вероятно, да	10	10	15	5
2.3	Вероятно, нет	40	50	50	35
2.4	Определенно, нет	15	25	20	25
2.5	Затрудняюсь ответить	20	5	10	25
2.6	ИТОГО (%)	100	100	100	100
3	Общее количество потребителей (тыс. ед.)	10	20	30	40

**Задание 4.** Заполните таблицу. Перечислите преимущества и недос-татки использования СТМ и УСТМ для АО и потребителей.

	Преимущества	Недостатки		Преимущества	Недостатки	
АО			СТМ			Потребитель
АО			УСТМ			Потребитель

**Задание 5.** Проанализируйте ассортимент четырех аптечных сетей (двух федеральных и двух региональных), использующих СТМ, представленный на официальном сайте организации в сети Интернет. Заполните таблицу. Ответьте на вопросы.

Наименование АС	Наименование СТМ	Группа ТАА
1	1.	
	2.	
	3.	
	4.	
	5.	
2, 3, 4	1.	
	2.	
	3.	
	4.	
	5.	

### ***Вопросы***

1. Позволит ли использование СТМ данным аптечным сетям повысить лояльность потребителей к своей компании? Почему?

2. Есть ли перспективы дальнейшего развития СТМ в данных АС? Какие товарные категории еще не охвачены?

### ТЕМА 3. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА

**Цель занятия** – сформировать знания и умения в области оценки параметров конкурентоспособности товара (лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента).

**Задачи:**

1) научить умению оценивать конкурентоспособность товара (лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента).

#### Самостоятельная работа

**Задание 1.** Подготовьте два сообщения о фирме-производителе:

- 1) PFIZER;
- 2) «АКРИХИН».

**Внимание:** два студента каждой группы выбирают тему самостоятельно и представляют сообщение (5–10 мин) на занятии по следующей схеме:

- 1) наименование фирмы-производителя;
- 2) название страны, в которой находится фирма производитель;
- 3) основные направления деятельности фирмы;
- 4) перечень групп лекарственных препаратов, выпускаемых предприятием;
- 5) отличительные особенности.

**Задание 2.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

#### Вопросы для устного обсуждения на занятии

1. Конкуренция: понятие, сущность, предмет, объект.
2. Характерные черты конкуренции.
3. Понятие недобросовестной конкуренции: определение, нормативно-правовые акты, регламентирующие это понятие.

4. Виды недобросовестной конкуренции: запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации; запрет на недобросовестную конкуренцию путем введения в заблуждение; запрет на недобросовестную конкуренцию путем некорректного сравнения. Приведите примеры.

5. Виды конкуренции на фармрынке (приведите примеры).

6. Слагаемые конкуренции (по М. Портеру).

7. Конкурентоспособность товара: определение, факторы.

8. Параметры конкурентоспособности товаров.

9. Алгоритм оценки конкурентоспособности ЛП.

10. Современные подходы к понятию «конкурентоспособность».

### **Методические рекомендации к практическим занятиям**

**Задание 1.** Оцените конкурентоспособность товара (лекарственного препарата и других товаров аптечного ассортимента), используя модель анализа пяти конкурентных сил Майкла Портера. Представьте результаты анализа в сводном виде и сделайте выводы о направлении работ.

Примите решение о расширении ассортимента вашей аптечной организации по следующим позициям.

1. «Стрепсилс», все товары линии, RECKITT BENCKISER, Великобритания.

2. «Лазолван», все товары линии, BOEHRINGER INGELHEIM, Германия.

3. «Терафлю», все товары линии, NOVARTIS CONSUMER HEALTH, США.

4. ReNu MultiPlus, все товары линии, Bausch & Lomb, США.

5. «Ксимелин», все товары линии, NYCOMED, Норвегия.

6. «Мульти-Табс», все товары линии, FERROSAN, Дания.

7. Kolastyna, серия солнцезащитных средств, Польша.

8. «Ламизил», все товары линии, NOVARTIS, Германия.
9. Splat, средства по уходу за полостью рта, Россия.
10. «Эвалар», БАДы для зрения, Россия.
11. «Компливит», все товары линии, ОТИСИФАРМ, Россия.
12. Глюкометры ACCU-Chek, Германия.
13. Тонометры Omron, Япония.

### Алгоритм анализа конкурентных сил по Майклу Портеру

В данной форме представлено пять таблиц, которые оценивают уровень угрозы одной из пяти сил конкуренции по Майклу Портеру. В каждой таблице приведены параметры для оценки конкуренции и дано их краткое описание. Оценка параметров проводится по трехбалльной шкале. Для того чтобы оценить влияние каждой конкурентной силы из модели конкуренции Майкла Портера, достаточно выбрать одно из трех утверждений в таблице и проставить соответствующий балл от 1 до 3. Проставленные баллы суммируются в конце каждой таблицы, и предоставляется расшифровка их значений.

**Первый шаг.** Оцените конкурентоспособность товара компании и уровня конкуренции на рынке.

#### 1.1. Товары-заменители.

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Товары-заменители «цена – качество»	<i>Способные обеспечить то же самое качество по более низким ценам</i>	Существуют и занимают высокую долю на рынке	Существуют, но только вошли на рынок и их доля мала	Не существуют
				1
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>		<b>1</b>		
<b>1 балл</b>		Низкий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
<b>2 балла</b>		Средний уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
<b>3 балла</b>		Высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		

## 1.2. Оценка уровня внутриотраслевой конкуренции.

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Количество игроков	<i>Чем больше игроков на рынке, тем выше уровень конкуренции и риск потери доли рынка</i>	Высокий уровень насыщения рынка	Средний уровень насыщения рынка (3–10)	Небольшое количество игроков (1–3)
		3		
Темп роста рынка	<i>Чем ниже темп роста рынка, тем выше риск постоянного передела рынка</i>	Стагнация или снижение объема рынка	Замедляющийся, но растущий	Высокий
				1
Уровень дифференциации продукта на рынке	<i>Чем ниже дифференциация продукта, чем выше стандартизация продукта, тем выше риск переключения потребителя между различными компаниями рынка</i>	Компании продают стандартизированный товар	Товар на рынке стандартизирован по ключевым свойствам, но отличается по дополнительным преимуществам	Продукты компаний значительно отличаются между собой
				1
Ограничение в повышении цен	<i>Чем меньше возможностей в повышении цен, тем выше риск потери прибыли при постоянном росте затрат</i>	Жесткая ценовая конкуренция на рынке, отсутствуют возможности в повышении цен	Есть возможность к повышению цен только в рамках покрытия роста затрат	Всегда есть возможность к повышению цены для покрытия роста затрат и повышения прибыли
			2	
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>		7		
4 балла		Низкий уровень внутриотраслевой конкуренции		
5–8 баллов		Средний уровень внутриотраслевой конкуренции		
9–12 баллов		Высокий уровень внутриотраслевой конкуренции		

### 1.3. Оценка угрозы входа новых игроков.

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Экономия на масштабе при производстве товара или услуги	<i>Чем больше объем производства, тем ниже стоимость закупки материалов для производства товара, тем в меньшей степени постоянные издержки производства влияют на единицу продукции</i>	Отсутствует	Существует только у нескольких игроков рынка	Значимая
			2	
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	<i>Чем сильнее чувствуют себя существующие торговые марки в отрасли, тем сложнее новым игрокам в нее вступить</i>	Отсутствуют крупные игроки	2–3 крупных игрока держат около 50 % рынка	2–3 крупных игрока держат более 80 % рынка
		3		
Дифференциация продукта	<i>Чем выше разнообразие товаров и услуг в отрасли, тем сложнее новым игрокам вступить на рынок и занять свободную нишу</i>	Низкий уровень разнообразия товара	Существуют микрониши	Все возможные ниши заняты игроками
			2	
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	<i>Чем выше начальный уровень инвестиций для вступления в отрасль, тем сложнее войти в отрасль новым игрокам</i>	Низкий (окупается за 1–3 месяца работы)	Средний (окупается за 6–12 месяцев работы)	Высокий (окупается более чем за 1 год работы)
		3		
Доступ к каналам распределения	<i>Чем сложнее добраться до целевой аудитории на рынке, тем ниже привлекательность отрасли</i>	Доступ к каналам распределения полностью открыт	Доступ к каналам распределения требует умеренных инвестиций	Доступ к каналам распределения ограничен
		3		
Политика правительства	<i>Правительство может лимитировать и закрыть возможность входа в отрасль с помощью лицензирования, ограничения доступа к источникам сырья и другим важным ресурсам, регламентирования уровня цен</i>	Нет ограничивающих актов со стороны государства	Государство вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уровне	Государство полностью регламентирует отрасль и устанавливает ограничения
		3		

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Готовность существующих игроков к снижению цен	<i>Если игроки могут снизить цены для сохранения доли рынка – это значимый барьер для входа новых игроков</i>	Игроки не пойдут на снижение цен	Крупные игроки не пойдут на снижение цен	При любой попытке ввода более дешевого предложения существующие игроки снижают цены
			2	
Темп роста отрасли	<i>Чем выше темп роста отрасли, тем охотнее новые игроки желают войти на рынок</i>	Высокий и растущий	Замедляющийся	Стагнация или падение
		3		
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>		<b>21</b>		
<b>8 баллов</b>		Низкий уровень угрозы входа новых игроков		
<b>9–16 баллов</b>		Средний уровень угрозы входа новых игроков		
<b>17–24 балла</b>		Высокий уровень угрозы входа новых игроков		

**Второй шаг.** Оцените угрозы ухода потребителей.

### 1.1. Рыночная власть покупателя.

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Доля покупателей с большим объемом продаж	<i>Если покупатели сконцентрированы и совершают закупки в больших масштабах, компания будет вынуждена постоянно идти им на уступки</i>	Более 80 % продаж приходится на нескольких клиентов	Незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	Объем продаж равномерно распределен между всеми клиентами
			2	
Склонность к переключению на товары субституты	<i>Чем ниже уникальность товара компании, тем выше вероятность того, что покупатель сможет найти альтернативу и не понести дополнительных рисков</i>	Товар компании не уникален, существуют полные аналоги	Товар компании частично уникален, есть отличительные характеристики, важные для клиентов	Товар компании полностью уникален, аналогов нет
			2	
Чувствительность к цене	<i>Чем выше чувствительность к цене, тем выше вероятность того, что покупатель купит товар по более низкой цене у конкурентов</i>	Покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	Покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене	Покупатель абсолютно не чувствителен к цене
		3		



Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра		
		3	2	1
Потребители не удовлетворены качеством существующего на рынке товара	<i>Неудовлетворенность качеством порождает скрытый спрос, который может быть удовлетворен новым игроком рынка или конкурентом</i>	Неудовлетворенность ключевыми характеристиками товара	Неудовлетворенность второстепенными характеристиками товара	Полная удовлетворенность качеством
			2	
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>		<b>9</b>		
<b>4 балла</b>		Низкий уровень угрозы ухода клиентов		
<b>5-8 баллов</b>		Средний уровень угрозы ухода клиентов		
<b>9-12 баллов</b>		Высокий уровень угрозы потери клиентов		

**Третий шаг.** Оцените угрозы для Вашего бизнеса со стороны поставщиков.

Параметр оценки	Комментарии	Оценка параметра	
		2	1
Количество поставщиков	<i>Чем меньше поставщиков, тем выше вероятность необоснованного повышения цен</i>	Незначительное количество поставщиков или монополия	Широкий выбор поставщиков
			1
Ограниченность ресурсов поставщиков	<i>Чем выше ограниченность объемов ресурсов поставщиков, тем выше вероятность роста цен</i>	Ограниченность в объемах	Неограниченность в объемах
			1
Издержки переключения	<i>Чем выше издержки переключения, тем выше угроза к росту цен</i>	Высокие издержки к переключению на других поставщиков	Низкие издержки к переключению на других поставщиков
			1
Приоритетность направления для поставщика	<i>Чем ниже приоритетность отрасли для поставщика, тем меньше внимания и усилий он в нее вкладывает, тем выше риск некачественной работы</i>	Низкая приоритетность отрасли для поставщика	Высокая приоритетность отрасли для поставщика
			1
<b>ИТОГОВЫЙ БАЛЛ</b>		<b>4</b>	
<b>4 балла</b>		Низкий уровень влияния поставщиков	
<b>5-6 баллов</b>		Средний уровень влияния поставщиков	
<b>7-8 баллов</b>		Высокий уровень влияния поставщиков	

**Четвертый шаг:** Представьте результаты анализа в сводном виде и разработайте направления работ.

В данную таблицу запишите результаты анализа пяти сил по М. Портеру, внесите значение итогового балла по каждому параметру и сделайте выводы по ключевым направлениям работ и вводу в ассортимент данного товара.

Параметр	Значение	Описание	Направления работ
Угроза со стороны товаров-заменителей	Низкий	Компания обладает уникальным предложением на рынке, аналогов которому не существует	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рекомендуется придерживаться стратегии укрепления уникальности товара и концентрироваться на таком целевом рынке, для которого важны уникальные характеристики (придерживаться стратегии лидерства в определенной рыночной нише).</li> <li>2. Основные усилия компания должна сосредоточить на построении высокого уровня знания товара и на построении осведомленности об уникальных особенностях товара.</li> <li>3. Для сохранения конкурентоспособности необходимо постоянно проводить мониторинг предложений конкурентов и появления новых игроков.</li> <li>4. Снижать влияние ценовой конкуренции на продажи компании.</li> <li>5. Акционную активность сконцентрировать на построении длительных отношений с покупателем.</li> <li>6. Рекомендуется диверсифицировать портфель клиентов.</li> <li>7. Требуются специальные программы для для VIP-клиентов и эконом-программы для потребителей, чувствительных к цене.</li> <li>8. Сосредоточиться на устранении всех недостатков товара.</li> </ol>
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	Средний	Рынок компании является высококонкурентным и перспективным. Отсутствует возможность полного сравнения товаров разных фирм. Есть ограничения в повышении цен	
Угроза со стороны новых игроков	Высокий	Высок риск входа новых игроков. Новые компании появляются постоянно из-за низких барьеров входа и низкого уровня первоначальных инвестиций	
Угроза потери текущих клиентов	Высокий	Портфель клиентов обладает высокими рисками (при уходе ключевых клиентов – значительное падение продаж). Существование менее качественных, но экономичных предложений. Неудовлетворенность текущим уровнем работ по отдельным направлениям	
Угроза нестабильности поставщиков	Низкий	Стабильность со стороны поставщиков	

**Задание 2.** Проведите SWOT-анализ товара (группы товаров), исследованного в задании № 1. Заполните таблицу, ответьте на вопросы.

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ		СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	
Рейтинг	Параметр	Рейтинг	Параметр
1	Сильная сторона 1	1	Слабая сторона 1
2	Сильная сторона 2	2	Слабая сторона 2
3	Сильная сторона 3	3	Слабая сторона 3
ВОЗМОЖНОСТИ		УГРОЗЫ	
Рейтинг	Параметр	Рейтинг	Параметр
1	Возможность 1	1	Угроза 1
2	Возможность 2	2	Угроза 2
3	Возможность 3	3	Угроза 3

1. Какие сильные стороны не так очевидны для покупателей и нуждаются в более эффективной коммуникации?
2. Что необходимо сделать, чтобы в максимально короткий срок реализовать возможности?
3. Как скрыть те слабые стороны, которые невозможно изменить?
4. Можно ли преобразовать угрозы в возможности бизнеса и в источники роста продаж?

## **ТЕМА 4. АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА И УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ АПТЕЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Цель занятия** – сформировать навыки и умения в области управления ассортиментом аптечной организации.

### **Задачи:**

1) научить умению рассчитывать маркетинговые показатели ассортимента аптечной организации (лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента).

### **Самостоятельная работа**

**Задание 1.** Подготовьте два сообщения о фирме-производителе:

- 1) Actavis,
- 2) «Берлин-Хеми».

**Внимание:** два студента каждой группы выбирают тему самостоятельно и представляют сообщение (5–10 мин) на занятии по следующей схеме:

- 1) наименование фирмы-производителя;
- 2) название страны, в которой находится фирма-производитель;
- 3) основные направления деятельности фирмы;
- 4) перечень групп лекарственных препаратов, выпускаемых предприятием;
- 5) отличительные особенности.

**Задание 2.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

1. Формирование товарной номенклатуры АО.
2. Классификация ассортимента АО.

3. Маркетинговые характеристики ассортимента.
4. Анализ товара по степени регламентации отпуска.
5. Анализ товара по стадиям жизненного цикла.
6. Матрица Бостонской консультационной группы.
7. Анализ ассортимента по скорости реализации.
8. SWOT-анализ.

### **Методические рекомендации к практическим занятиям**

**Задание 1.** Определите коэффициент широты ассортимента в аптечных организациях «Аптека 405» и «Аптека 406». Результаты оформите в виде таблицы.

Группа ТАА	Наличие в АО (+/-)	Рекомендации
1.		
2.		
3.		
4...		
12.		

**Задание 2.** Выберите три ФТГ лекарственных препаратов и две группы нелекарственного ассортимента и определите коэффициент полноты. За полноту фактическую принимаются данные аптечных организаций «Аптека 405» и «Аптека 406». Сделайте выводы. Напишите рекомендации по формированию ассортимента в этих аптечных организациях.

**Задание 3.** Определите коэффициент глубины ассортимента косметических средств (далее – КС).

Определение  $K_r$  каждый студент проводит по четырем маркам КС, которые представлены в учебных аптечных организациях.

Глубина базовая – общее количество ассортиментных позиций.

Vichy – 167 ассортиментных позиций.

LRP – 177 ассортиментных позиций.

Librederm – 108 ассортиментных позиций.

Doliva – 59 ассортиментных позиций.

Глубина фактическая – количество ассортиментных позиций в учебной аптечной организации «Аптека 406».

Сделайте вывод.

**Задание 4.** Проведите совмещенный ABC–XYZ-анализ для аптечных косметических марок, структурируйте ассортимент, постройте матрицу и сделайте выводы о целесообразности введения или выведения косметических средств данных марок из аптечного ассортимента.

Марка КС	Валовый доход, руб.	Уд. вес (%)	ABC-анализ	Количество упаковок	XYZ-анализ
Vichy	715822.41			1244	
La Roche Posay	56789.0			112	
Lierac	150567.0			157	
Klorane	36927.0			120	
Ducray	10254.0			23	
Bioderma	32478.0			59	
Avene	130306.0			295	
Uriage	74132.2			759	
Galenic	53760.0			44	

### **Алгоритм**

1. Базисным критерием для разделения марок на три группы (А, В и С) является удельный вес валового дохода. Вам необходимо расположить данные марки в порядке убывания базового критерия.

2. Распределите марки на три группы – А, В, С, используя правило Парето (80/20). В процессе разделения исходите из того, что около 80 % дохода обеспечивают примерно 10–20 % ассортимента (группа А), 15 % дохода обеспечивают следующие 20–30 % ассортимента (группа В), оставшиеся марки занимают 5 % в общей сумме доходов от продаж (группа С).

3. В качестве базисного показателя для XYZ-анализа используйте объем реализации, т.е. количество продаваемых упаковок в течение определенного времени. Структурируйте марки на три группы: гр. X – более 500 упаковок в год, гр. Y – 100–500 упаковок в год, гр. Z – менее 100 упаковок в год.

4. Постройте и заполните матрицу. Сделайте выводы.



**Задание 5.** С целью рационального управления ассортиментом разработайте критерии для определения гармоничности товаров аптечного ассортимента:

- 1) для всех товаров из различных групп товаров аптечного ассортимента (12 групп);
- 2) для товаров из группы «парфюмерно-косметические средства»;
- 3) для товаров из группы «очковая оптика и средства по уходу за ней».

Приведите несколько ассортиментных позиций (3–5) по каждому критерию во всех трех вариантах.

**Задание 6.** Проведите анализ лекарственных препаратов по скорости движения.

Вариант	Показатели	Лекарственные препараты (полная ассортиментная подгруппа)							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Он	2	127	–	80	100	3	2	47
	Ок	2	24	–	76	126	4	7	0
	Сп	0	0	–	0	0	0	3	0
	П	27	15	–	0	894	1	9	1256
	Рс	3,86	2,57	–	0,57	124	0	0,14	186,1
	q	1	14	–	27	9	12	58	0
2	Он	32	106	178	2	–	25	0	15
	Ок	9	24	174	2	–	2	0	137
	Сп	1	0	0	0	–	1	0	0
	П	14	0	0	0	–	0	2	160
	Рс	5,14	11,71	0,57	0	–	0,28	0,29	5,24
	q	1	4	34	4	–	12	0	27
3	Он	169	–	25	19	12	2	3	0
	Ок	124	–	22	698	0	1	3	2
	Сп	0	–	1	0	0	1	0	27
	П	3567	–	0	1300	1	8	0	61
	Рс	516	–	2,48	88,71	1,86	1,14	0	0,71
	q	35	–	10	5	0	3	4	26
4	Он	24	21	212	–	4	80	26	1
	Ок	6	21	145	–	5	76	23	0
	Сп	1	7	0	–	0	0	1	0
	П	8	41	2397	–	1	0	0	4
	Рс	1,43	4,86	352	–	0	6,71	0,3	0,71
	q	7	7	1	–	12	16	17	0
Пример	Он	9	26	0	25	4	19	–	2
	Ок	11	23	0	2	4	4	–	7
	Сп	0	1	0	0	0	2	–	3
	П	112	0	15	78	0	0	–	9
	Рс	18,3	0,3	2,1	16	0	0,4	–	0,14
	q	12	17	0	6	7	26	–	58



Примечание. В таблице представлены сведения:

1) об остатках ЛП на начало (Он) и конец (Ок) анализируемого периода;

2) о списании (Сп), поступлении (П) и среднемесячной реализации (Рс) ЛП за анализируемый период;

3) об остаточных сроках годности (q) ЛП;

4) показатели Он, Ок, Сп, П, Рс характеризуют количество упаковок ЛП, q – число месяцев.

*Алгоритм выполнения*

1. Определить показатель скорости движения (Кс) для каждого ЛП по формуле  $K_c = (O_k + C_p) / (O_n + P)$ .

1.1. Для 1-го ЛП Пример: $K_c = (11 + 0) / (9 + 112) = 0,09$	1.2. Для 2-го ЛП Пример: $K_c = (23 + 1) / (26 + 0) = 0,93$
1.3. Для 3-го ЛП Пример: $K_c = (0+0)/(0+15) = 0,00$	1.4. Для 4-го ЛП Пример: $K_c = (2 + 0) / (25 + 78) = 0,02$
1.5. Для 5-го ЛП Пример: $K_c = (4 + 0) / (4 + 0) = 1,00$	1.6. Для 6-го ЛП Пример: $K_c = (4 + 2) / (19 + 0) = 0,32$
1.7. Для 7-го ЛП Пример: Кс = ЛП отсут.	1.8. Для 8-го ЛП Пример: $K_c = (7 + 3) / (9 + 2) = 0,91$

2. Выделить ЛП с замедленной скоростью движения, исходя из того, что у ЛП с замедленной скоростью движения  $K_c > 0,5$ .

Пример: 2-й ЛП ( $K_c = 0,93$ ); 5-й ЛП ( $K_c = 1,00$ ); 8-й ЛП ( $K_c = 0,91$ ).

3. Рассчитать показатели риска списания (Кр) для ЛП с замедленной скоростью движения по формуле  $K_r = O_k / (P_c \times q)$ . Учесть, что для ЛП с  $K_c = 1,00$ , Кр не рассчитывается (у таких ЛП нет движения, и они однозначно подвержены риску списания).

3.1. Для 2-го ЛП Пример: $K_p = 23 / (0,3 \times 17) = 4,51$	3.2. Для 5-го ЛП Пример: $K_p = \text{не рассчитывается}$
3.3. Для 8-го ЛП Пример: $K_c = 7 / (0,14 \times 58) = 0,87$	

4. Выделить ЛП, подверженные риску списания, исходя из того, что у ЛП, подверженных риску списания,  $K_c = 1$ , а  $K_p > 1$ .

Пример: 2-й ЛП ( $K_p = 4,51$ ); 5-й ЛП ( $K_c = 1,00$ ).

5. Определить показатель качества структуры ассортимента ЛП по скорости движения ( $K_k$ ) по формуле  $K_k = 1 - (з/б)$ , где

з – число ЛП с замедленной скоростью движения;

б – число ЛП с устойчивой и быстрой скоростью движения.

Пример:  $K_k = 1 - (3/4) = 0,25$ .

6. Сравнить показатель качества структуры ассортимента ЛП по скорости движения в анализируемом периоде ( $K_k \text{ анал.}$ ) с аналогичным показателем в предыдущем периоде ( $K_k \text{ пред.}$ ) и определить, улучшилось или ухудшилось качество ассортимента, исходя из того, что  $K_k \text{ пред.} = 0,55$ , а наилучшее качество структуры ассортимента ЛП по скорости движения достигается при  $K_k = 1,00$ .

Пример:  $K_k \text{ анал.} = 0,25$ ;  $K_k \text{ пред.} = 0,55$ ;  $0,25 < 0,55$ , следовательно, качество структуры ассортимента в анализируемом периоде ухудшилось.

7. Сформулировать выводы и предложения.

На основе проведенного анализа выделены ЛП с замедленной скоростью движения (ЛП № 8) и ЛП, подверженные риску списания по истечении сроков годности (ЛП № 2, № 5).

Замедленное движение этих ЛП определяет более низкое качество структуры ассортимента в анализируемом периоде по сравнению с предыдущим периодом. Контроль за сбытом этих ЛП следует уделять особое внимание.

## ТЕМА 5. КЛАССИФИКАЦИЯ И КОДИРОВАНИЕ ТОВАРОВ АПТЕЧНОГО АССОРТИМЕНТА

**Цель занятия** – сформировать знания и умения о видах классификации и способах кодирования лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.

### **Задачи:**

- 1) научить умению структурировать коды лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента по ОКПД 2;
- 2) свободно ориентироваться в структуре ОКПД 2;
- 3) работать со справочниками ЛС (РЛС, Видаль и др.), выделять и расшифровывать коды лекарственных препаратов по классификациям, лежащим в основе данных справочников (АТХ, фармакотерапевтической, фармакологической, нозологической).

### **Самостоятельная работа**

**Задание 1.** Подготовьте два сообщения о фирме-производителе:

- 1) BIONORICA,
- 2) TEVA.

**Внимание:** два студента каждой группы выбирают тему самостоятельно и представляют сообщение (5–10 мин) на занятии по следующей схеме:

- 1) наименование фирмы-производителя;
- 2) название страны, в которой находится фирма-производитель;
- 3) основные направления деятельности фирмы;
- 4) перечень групп лекарственных препаратов, выпускаемых предприятием;
- 5) отличительные особенности.

**Задание 2.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

1. Классификация: определение, цель, требования.
2. Признак классификации: определение, примеры.
3. Методы классификации.
4. Правила классификации.
5. Кодирование: определение, цель, правила.
6. Структура кода: определение, элементы.
7. Основные методы кодирования.
8. Классификатор: определение, структура классификатора, виды.
9. ОКПД 2: определение, объекты, задачи.
10. Структура ОКПД 2 (в том числе на примере 21-го и 22-го классов.)
11. ТН ВЭД: нормативно-правовой документ, задачи, объекты.
12. Анатомо-терапевтическо-химическая система классификации.
13. Сущность фармакотерапевтической классификации.
14. Виды классификации, используемые в справочниках Видаль, РЛС.
15. Нозологическая классификация ЛП.

**Задание 3.** Изучите структуру ОКПД 2, выделите разделы классификатора и их названия (например, раздел С – «Продукция обрабатывающих производств»).

**Задание 4.** Изучить структуру кода ОКПД 2 на примере 20-го, 21-го и 22-го классов. Код исследуемого товара структурировать в таблице.

1. Крем для рук (20.42.15.141).
2. Препараты для лечения заболеваний глаз (21.20.10.261).

3. Соски различных типов (в том числе для бутылочек) и аналогичные изделия для детей (22.19.71.120)

*Структура исследуемого препарата*

Класс	21	Средства лекарственные и материалы, применяемые в медицинских целях
Подкласс	21.2	Препараты лекарственные и материалы, применяемые в медицинских целях
Группа	21.20	Препараты лекарственные и материалы, применяемые в медицинских целях
Подгруппа	21.20.1	Препараты лекарственные
Вид	21.20.10	Препараты лекарственные
Категория	21.20.10.141	Препараты для лечения заболеваний сердца
Подкатегория	21.20.10.147	Блокаторы кальциевых каналов

**Методические рекомендации к практическим занятиям**

**Задание 1.** Выделите все уровни фармакотерапевтической классификации ЛП, который является объектом исследования, указав синонимы данного ЛП и формы выпуска. В выводе указать, в основу какого справочника положен данный вид классификации, на каком методе классификации он основан.

**Пример решения**

Ацетилсалициловая кислота 0,5 г табл. №10:

- ацетилсалициловая кислота;
- салицилаты;
- НПВС;
- ненаркотические анальгетики и нестероидные противовоспалительные средства (НПВС);
- анальгетические средства;
- ЛС, действующие на ЦНС.

*Синонимы:* Аспирин-кардио, Аспирин, ТромбоАСС, Терапин, КардиАСК.

*Форма выпуска:* таблетки 0,1 г, 0,25 г, 0,5 г, кишечнорастворимые таблетки 0,05 г, 0,1 г, 0,3 г.

**Задание 2.** Выделите все уровни фармакологической классификации (или фармакологическую группу) исследуемого ЛП. В выводе указать, в основу какого справочника положен данный вид классификации.

**Задание 3.** Найдите и расшифруйте код исследуемого ЛП по нозологической классификации, укажите все классы болезней по МКБ-10. В выводе укажите, по каким критериям группируются ЛС в нозологической классификации.

**Задание 4.** Расшифровать код АТХ исследуемого ЛП. В выводе указать, для чего рекомендована классификация АТХ и где она используется.

**Задание 5.** Сформируйте перечни ЛП согласно АТХ-классификации для рецептурных бланков 107 – 1/у, хранение которых в аптечных организациях осуществляется три месяца (Приказ Минздрава № 403н).

## **ТЕМА 6. УПАКОВКА И МАРКИРОВКА ТОВАРОВ АПТЕЧНОГО АССОРТИМЕНТА**

**Цель занятия** – сформировать знания и умения о видах упаковки и маркировки лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.

### **Задачи:**

- 1) научить умению проводить экспертизу первичных и вторичных упаковок ЛП согласно требованиям нормативных документов;
- 2) расшифровывать штриховой код товара на вторичной упаковке;
- 3) осуществлять экспертизу маркировки первичной и вторичной упаковки ЛП в соответствии со ст. 46 Федерального закона от 12.01.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств»;
- 4) устанавливать соответствие информации о ЛП (инструкция по применению) требованиям ст. 18 Федерального закона от 12.01.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств»;
- 5) идентифицировать производственные и другие маркировочные надписи и регистрационное удостоверение на вторичной упаковке ЛП.

### **Самостоятельная работа**

**Задание 1.** Подготовьте два сообщения о фирме-производителе:

- 1) BAYER,
- 2) ASTELLAS.

**Внимание:** два студента каждой группы выбирают тему самостоятельно и представляют сообщение (5–10 мин) на занятии по следующей схеме:

- 1) наименование фирмы-производителя.
- 2) название страны, в которой находится фирма-производитель.
- 3) основные направления деятельности фирмы.

4) перечень групп лекарственных препаратов, выпускаемых предприятием.

5) отличительные особенности.

**Задание 2.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

1. Упаковка: определение, нормативно-правовые документы.
2. Основные функции упаковки.
3. Классификация упаковки по назначению.
4. Классификация упаковки по применению.
5. Основные требования к материалу для первичной упаковки лекарственных средств.
6. Потребительские свойства упаковки.
7. Функции вторичной упаковки.
8. Общие требования к упаковке.
9. Классификация тары.
10. Укупорочные средства, виды.
11. Различные виды упаковок лекарственных форм.
12. Экологические аспекты упаковок.
13. Перспективы создания новых видов упаковок.
14. Маркировка: определение, функции, нормативно-правовые документы, необходимость и порядок оформления.
15. Требования, предъявляемые к маркировке.
16. Виды маркировки, привести примеры.
17. Носители маркировки, привести примеры.
18. Структура маркировки.
19. Компонентные, размерные, манипуляционные информационные знаки.



20. Классификация информационных знаков.
21. Товарные знаки: определение, правовая охрана и порядок регистрации.
22. Элементы маркировки готовых лекарственных препаратов.
23. Классификация товарных знаков.
24. Эксплуатационные, предупредительные, экологические, информационные знаки: сущность, примеры.
25. Штриховой код: определение, сущность.
26. Структура штриховых кодов, система EAN-13.

*Список документов и источников литературы  
для самостоятельного изучения*

1. Федеральный закон РФ от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств».
2. Теоретические основы товароведения. Товароведческие исследования медицинских инструментов : учебно-методическое пособие / сост. : Е.Н. Махинова, Н.И. Акиньшина, Т.Г. Афанасьева. – Воронеж : ИПЦ ВГУ, 2011. – 299 с. (с. 55–132).

**Задание 3.** Расшифруйте штриховой код товара на вторичной упаковке. ЛП или другой товар аптечного ассортимента выберите самостоятельно из домашней аптечки.

Пример вычисления контрольной цифры для определения подлинности товара (последняя цифра в штриховом коде).



1. Сложить все цифры, которые стоят на четных местах:  
 $6 + 1 + 4 + 0 + 1 + 9 = 21$ .

2. Полученную сумму умножить на 3:  $21 \times 3 = 63$ .

3. Сложить все цифры, которые стоят на нечетных местах, *без контрольной цифры*:  $4 + 0 + 5 + 6 + 2 + 2 = 19$ .

4. Сложить числа, полученные в пунктах 2 и 3:  $63 + 19 = 82$ .

5. От полученной суммы отбросить десятки: получим 2.

6. Из 10 вычесть полученное в пункте 5 число:  $10 - 2 = 8$ .

Если полученная после расчета цифра не совпадает с контрольной цифрой в штрих-коде, это значит, что товар произведен незаконно.

Возможен также вариант, когда для кода страны-изготовителя отводится три знака, а для кода предприятия – четыре. Товары, имеющие большие размеры, могут иметь короткий код, состоящий из восьми цифр – EAN-8.

**Обратите внимание:** нередко на товаре можно увидеть надпись, например «Сделано в Голландии», а код, нанесенный на этикетку, этой стране не соответствует. Причин может быть несколько. Первая: фирма была зарегистрирована и получила код не в своей стране, а в той, куда направлен основной экспорт ее продукции. Вторая: товар был изготовлен на дочернем предприятии. Третья: возможно, товар был изготовлен в одной стране, но по лицензии фирмы из другой страны. И, наконец, четвертая, когда учредителями предприятия становятся несколько фирм из различных государств.

00–09 – США, Канада	73 – Швеция
20–29 – Резервные номера (EAN)	740–745 – Гватемала, Сальвадор, Гондурас, Никарагуа, Коста-Рика, Панама
30–37 – Франция	750 – Мексика
380 – Болгария	759 – Венесуэла
383 – Словения	76 – Швейцария
385 – Хорватия	770 – Колумбия
400–440 Германия	773 – Уругвай

460–469 – Россия и б. СССР	775 – Перу
475 – Латвия	779 – Аргентина
471 – Тайвань	786 – Эквадор
489 – Гон-Конг	789 – Бразилия
45, 49 – Япония	80–83 – Италия
50 – Великобритания	84 – Испания
520 – Греция	850 – Куба
529 – Кипр	859 – Чехия и Словакия
535 – Мальта	860 – Югославия
539 – Ирландия	869 – Турция
54 – Бельгия и Люксембург	87 – Нидерланды
560 – Португалия	880 – Южная Корея
569 – Исландия	885 – Таиланд
57 – Дания	888 – Сингапур
590 – Польша	90–91 – Новая Зеландия
599 – Венгрия	955 – Малайзия
600–601 – ЮАР	
619 – Тунис	
64 – Финляндия	
690 – Китай	
70 – Норвегия	
729 – Израиль	

### Методические рекомендации к практическим занятиям

**Задание 1.** Провести экспертизу первичных и вторичных упаковок предложенных 2–3 лекарственных препаратов. Путем осмотра установить и отразить в табл. 1 следующие сведения: полное название лекарственного препарата; вид лекарственной формы; вид первичной и вторичной упаковок; а также их целостность, конструктивные особенности, технические требования к упаковке. Указать условия хранения исследуемых лекарственных препаратов, расшифровать рекомендуемые условия хранения (если имеются) в соответствии с ГФ XIII.

Рекомендуемые условия хранения	Расшифровка рекомендуемых условий
Хранить при температуре не выше 30 °С	от 2 до 30 °С
Хранить при температуре не выше 25 °С	от 2 до 25 °С
Хранить при температуре не выше 15 °С	от 2 до 15 °С
Хранить при температуре не выше 8 °С	от 2 до 8 °С
Хранить при температуре не ниже 8 °С	от 8 до 25 °С

Температурный режим хранения ЛП	ГФ XIII
Глубокое замораживание	ниже –18 °С
В морозильной камере	–5 до –18 °С
В холодильнике	2–8 °С
Прохладное место	8–15 °С
Комнатная температура	15–25 °С

Т а б л и ц а 1

*Виды упаковок, применяемых для различных лекарственных форм*

Полное название ЛП	Вид ЛФ	Вид упаковки		Технические требования к упаковке, конструктивные особенности	Условия хранения	Соответствие нормативным требованиям (согласно ГФ XIII)	Примечание
		Первичная	Вторичная				

**Задание 2.** Провести экспертизу маркировки вторичной упаковки ЛП в соответствии со ст. 46 Федерального закона от 12.01.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств».

**Задание 3.** Установить соответствие информации о ЛП (инструкция по применению) требованиям ст. 18 Федерального закона от 12.01.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств».

**Задание 4.** Идентифицировать производственные маркировочные надписи и регистрационное удостоверение на вторичной упаковке исследуемого ЛП. Например:

1) Индапамид 2,5 мг № 30 таблетки, покрытые оболочкой

Номер серии 200514

Годен до: 0617

Регистрационный номер: ЛС-000528

2) НовоРапид® Пенфилл® 100ЕД/мл 5 × 3 мл раствор для подкожного и внутривенного введения в картриджах

Дата изг. /03/2013

Годен до / 08/2015

Серия: СК70790

РУ: П N012703/01

## **ТЕМА 7. ТЕХНИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОБРАЩЕНИЯ ТОВАРОВ АПТЕЧНОГО АССОРТИМЕНТА**

**Цель занятия** – изучить механизм технического регулирования обращения лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента.

### **Задачи:**

- 1) научить умению организовывать и проводить контроль качества ЛС в условиях фармацевтических организаций;
- 2) выявлять фальсифицированные и недоброкачественные ЛС, а также ЛС, пришедшие в негодность, и изымать их из обращения.

### **Самостоятельная работа**

#### *Список документов для самостоятельного изучения*

1. Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании».
2. Федеральный закон от 12.04.2010 № 61 «Об обращении лекарственных средств».
3. Постановление Правительства РФ от 01.12.2009 № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии».
4. Решение Комиссии таможенного союза от 28.05.2010 № 299 «Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к товарам, подлежащим санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю)».
5. Единый перечень товаров, подлежащих санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю) на таможенной границе и таможенной территории Таможенного союза, утвержденный решением Комиссии Тамо-

женного союза от 28.05.2010 № 299 «О применении санитарных мер в Таможенном союзе».

### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

1. Техническое регулирование, определение.
2. Технические регламенты, определение, цели применения.
3. Национальный стандарт, определение, сфера применения.
4. Формы оценки соответствия фармацевтической продукции. Подтверждение соответствия (сертификация, декларирование соответствия) фармацевтической продукции. Государственная регистрация.
5. Обязательное подтверждение соответствия фармацевтической продукции. Обязательная сертификация. Сертификат соответствия.
6. Декларирование соответствия ЛС.
7. Виды медицинской и фармацевтической продукции, подлежащие санитарно-эпидемиологическому надзору (контролю).
8. Стандартизация, определение, принципы.
9. Цели проведения стандартизации.
10. Нормативно-технические документы, содержащие требования к качеству медицинских и фармацевтических товаров. Классификация, определения (ГОСТ, ОСТ, ТУ, ОФС, ФС и др.).

### **Методические рекомендации к практическим занятиям**

**Задание 1.** Изучите информационный материал о принятии и регистрации декларации о соответствии лекарственного препарата, заполните таблицу.

1. Основание для принятия декларации	
2. Срок действия декларации о соответствии	
3. Где регистрируются декларации о соответствии ЛП	
4. Как осуществляются хранение декларации о соответствии и заверка ее копии	
5. При розничной реализации ЛП сведения о соответствии ЛП установленным требованиям подтверждаются одним из следующих документов	

**Задание 2.** Изучите Постановление Правительства РФ № 982 от 01.12.2009 и Постановление Правительства РФ № 870 от 04.10.2013. На их основании определите, какие документы подтверждают качество товаров некоторых ассортиментных групп (кроме регистрационных документов), заполните таблицу.

<b>Товар аптечного ассортимента</b>	<b>Вид документа (сертификат соответствия или декларация о соответствии)</b>
Лекарственные препараты	
Иммунобиологические препараты	
Медицинские изделия: инструменты медицинские	
Медицинские изделия: перевязочные средства	
Медицинские изделия: предметы ухода за больными из резины и латекса; пузыри резиновые для льда; презервативы	



## **ТЕМА 8. ПРИЕМКА ТОВАРА В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**Цель занятия** – сформировать знания и умения в области проведения приемки товара в фармацевтической организации, изучить основы составления стандартных операционных процедур по приемочному контролю товаров аптечного ассортимента.

### **Задачи:**

- 1) научить проводить приемку ЛС и товаров аптечного ассортимента в фармацевтических организациях в соответствии с требованиями нормативных документов;
- 2) обеспечивать необходимые условия хранения ЛП и товаров аптечного ассортимента при приемке товара в условиях фармацевтической организации;
- 3) разрабатывать стандартные операционные процедуры по приемочному контролю товаров аптечного ассортимента.

### **Самостоятельная работа**

**Задание 1.** Самостоятельно изучить информацию для студентов и последовательность ситуаций для прохождения на занятии станции «Приемочный контроль, хранение и первичный учет ЛП и других товаров аптечного ассортимента» (первичная аккредитация).

Для изучения последовательности ситуаций (товаров) используйте оценочные листы (чек-листы).

**Задание 2.** Самостоятельно изучить нормативно-правовую документацию, представленную в папке «Нормативно-правовая база» в системе Moodle к занятиям по теме «Приемка товара в фармацевтической организации».

**Задание 3.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

1. Организация приемки товара в аптечной организации.
2. Товаросопроводительные документы.
3. СОП: определение, цель, ответственность, обоснование (на примере СОП «Приемочный контроль товара в аптечной организации»).
4. Процесс приемки товара.
5. Предпродажная подготовка товара.
6. Признаки недоброкачественных товаров.
7. Документы для регистрации принятого товара.

### **Методические рекомендации к практическим занятиям**

**Задание 1.** Приемка товаров в фармацевтической организации (аккредитация специалистов).

**Цель** – оценить умение проводить приемку товара.

**Задачи.** Демонстрация студентом своего умения принимать от поставщика различные группы товаров аптечного ассортимента. В зависимости от специфики товара определять необходимость предоставления дополнительных (кроме товарной накладной) документов (например, протокола согласования цен для ЖНВЛП) и определять документ, подтверждающий соответствие товара (декларация или сертификат), правильно определять показатели приемочного контроля. Знания о регистрации товара в первичной документации, а также об установленных расхождениях в количестве и качестве (бой, порча, недостача, фальсифицированный, недоброкачествен-

ный ЛП). Разместить товар в соответствии с физико-химическими свойствами на место хранения.

Продолжительность станции – 10 мин.

### **Информация для студента (брифинг) для каждой ситуации.**

Вы сотрудник аптечной организации, сейчас Ваша зона ответственности «Приемочный контроль, хранение и первичный учет лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента». В распаковочной находится партия товара, который принят по количеству мест. Задание: необходимо помочь коллеге проверить, оформить и разместить на место хранения \_\_\_\_\_ . Товарная накладная и все остальное находится у коллеги. Преподаватель уполномочен задать Вам только 11 вопросов от лица коллеги, помогающих раскрыть Ваше умение проводить приемку товара.

### **Информация для преподавателя (симулированного коллеги)**

Здравствуйте. Помогите правильно провести приемку.

---

Вот товар. Вот накладная.

1. Какая информация из товарной накладной важна для приемочного контроля?
2. Нужны ли какие-то особые условия для перевозки и приемки этого товара?
3. Для приемочного контроля какие-то дополнительные документы от поставщика нужны?
4. Нужен ли нам протокол согласования цен в данном случае?
5. Что нужно осматривать на самом товаре? Давайте будем поподробнее проверять.
6. Можно ли вскрыть вторичную упаковку? И зачем?

7. В каких-то журналах надо регистрировать этот товар?
8. Где-то нужна наша отметка?
9. Этот товар подлежит предметно-количественному учету?
10. Каких проблем при приемке надо бояться и что делать, если их обнаруживаем?
11. Куда (здесь, у нас) будем размещать этот товар?

### **Последовательность ситуаций**

1. Ромашки цветки по 50 г – 200 уп. ЛРС.
2. Листья брусники 100 г – 100 шт. ЛРС.
3. Табл. Пенталгин плюс № 12 – 100 уп. ПКУ.
4. Плоды шиповника 100 г – 200 уп. ЛРС.
5. Вода минеральная лечебно-столовая «Нарзан» – 100 бут.
6. Клонидин табл. 0,15 мг № 50 – 100 уп. Сильнодействующее средство, ПКУ.
7. Анатоксин дифтерийно-столбнячный очищенный (АДС-М) 0,5 мл / доза № в амп. – 100 уп.
8. Иммуноглобулин человека против клещевого энцефалита 1 мл № 10 в амп. – 20 шт.
9. Элениум табл. 10 мг № 25 – 20 уп. Психотропный ЛП, ПКУ.
10. Тонометр автоматический на запястье AND.
11. Морфин 0,1 % – 1,0 № 5 в амп. – 100 уп.
12. Р-р мильгаммы 2 мл 5 амп. – 100 уп.
13. Цефекон Д 50 мг № 10 суппозитории ректальные для детей – 40 шт.
14. Листья эвкалипта 50 г – 10 уп. ЛРС.
15. Энтеросгель, паста для приема внутрь 225 г – 430 уп.

## Способ оценивания

В чек-листе проводится отметка о наличии/отсутствии или несущественных расхождениях между действиями студента и описанными в соответствующем пункте чек-листа.

**Задание 2.** Разработайте СОП «Приемочный контроль товара в аптечной организации».

Каждая группа должна представить один документ. При подготовке используйте нормативно-правовые акты по приемке товара, представленные в системе Moodle к данной теме. При составлении можете использовать рекомендуемые разделы, добавить или изменить их в зависимости от вида и структуры аптечной организации, выполняемых функций и ассортимента аптечной организации.

### *Рекомендуемая структура СОП*

1. Название стандартных операционных процедур.
2. Оглавление.
3. Цель СОП.
4. Ответственность.
5. Обоснование.
6. Нормативно-правовая база.
7. Перечень групп товаров аптечного ассортимента.
8. Описание процедуры.
  - Общие правила приемки ТАА.
  - Приемка лекарственных препаратов.
  - Приемка медицинских изделий.
  - Приемка продуктов лечебного, детского и диетического питания, биологически активных добавок.

- Приемка парфюмерно-косметической продукции.
- Приемка минеральных вод.
- Приемка средств, предназначенных для ухода за новорожденными и детьми, не достигшими возраста трех лет.

## 9. Приложение.

## **ТЕМА 9. ХРАНЕНИЕ ЛП, МИ, БАД, ИБЛ И ДРУГИХ ТОВАРОВ АПТЕЧНОГО АССОРТИМЕНТА**

**Цель занятия** – изучить основы хранения товаров аптечного ассортимента в аптечных организациях.

### **Задача:**

1) научить обеспечивать необходимые условия хранения товаров аптечного ассортимента в условиях фармацевтических организаций согласно требованиям нормативных документов.

### **Самостоятельная работа**

**Задание 1.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

1. Нормативно-правовые акты по хранению ЛП и медицинских изделий, БАД, ИБЛ и других товаров аптечного ассортимента.
2. Система обеспечения качества хранения ЛП.
3. Требование к фармацевтическому персоналу, осуществляющему деятельность по хранению лекарственных препаратов, в том числе в отношении которых установлены специальные условия хранения.
4. Требования к помещениям для хранения лекарственных препаратов, используемые производителями лекарственных препаратов, организациями оптовой торговли и аптечными организациями.
5. Требования к оборудованию для хранения лекарственных препаратов, используемые аптечными организациями.
6. Хранение лекарственных препаратов, подлежащих ПКУ.

7. Требования к помещениям для хранения огнеопасных и взрывоопасных лекарственных средств и организации их хранения.

8. Особенности хранения отдельных групп лекарственных средств в зависимости от физических и физико-химических свойств, воздействия на них различных факторов внешней среды.

9. Хранение лекарственного растительного сырья.

10. Хранение медицинских изделий.

11. Хранения иммунобиологических препаратов на всех этапах (уровнях) их движения от производителя до потребителя.

### **Методические рекомендации к практическим занятиям**

**Задание 1.** В учебной аптеке «Аптека 405» распределите товары аптечного ассортимента (набор товаров выдается преподавателем каждой группе студентов) по местам хранения согласно требованиям нормативных документов и условиям хранения, указанным на упаковке ЛП.

**Задание 2.** Выбрать оптимальные условия хранения для лекарственного средства в различных лекарственных формах, данные представить в виде табл. 1.

Т а б л и ц а 1

#### *Оптимальные условия хранения лекарственного средства*

ЛП	ЛФ	Агрегатное состояние	Способ применения	Температурный режим	Рациональные условия хранения



**Задание 3.** Заполнить журнал регистрации температурного режима холодильника и журнал регистрации параметров воздуха.

Т а б л и ц а 2

*Журнал регистрации температурного режима холодильника*

Дата		Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
1	1-я полка												
	2-я полка												
2	1-я полка												
	2-я полка												
3	1-я полка												
	2-я полка												
4	1-я полка												
	2-я полка												
5	1-я полка												
	2-я полка												
и т.д.	1-я полка												
	2-я полка												

Таблица 3

*Журнал регистрации параметров воздуха*

Дата		1	2	3	4	5	6	7	и т. д
Январь	темп., С°								
	влажность, %								
Февраль	темп., С°								
	влажность, %								
Март	темп., С°								
	влажность, %								
Апрель	темп., С°								
	влажность, %								

## **ТЕМА 10. ЗАКУПКА, ПЕРЕВОЗКА И ХРАНЕНИЕ ЛП, МИ, ИБЛ, БАД И ДРУГИХ ТОВАРОВ АПТЕЧНОГО АССОРТИМЕНТА**

**Цель занятия** – изучить основы закупки, перевозки и хранения товаров аптечного ассортимента, изучить основы составления стандартных операционных процедур по закупке товаров аптечного ассортимента.

### **Задачи:**

1) научить осуществлять выбор поставщиков товаров аптечного ассортимента с помощью метода экспертных оценок.

2) разрабатывать стандартные операционные процедуры по закупке товаров аптечного ассортимента.

### **Самостоятельная работа**

**Задание 1.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

#### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

1. Этапы процесса «Закупка товара».
1. Процессы жизненного цикла и вспомогательные процессы АО.
2. Примерный перечень СОП аптечной организации.
3. Договор купли продажи: виды, предмет, существенные условия договора, заключение, хранение.
4. Разделы договора поставки товара.
5. Предмет и объем поставки по договору поставки.
6. Качество товара по договору поставки.
7. Сроки и место поставки по договору поставки.
8. Цена товара и общая стоимость поставки.
9. Оплата товара по договору поставки.
10. Порядок поставки товара.

11. Ответственность сторон по договору поставки, форс-мажор.
12. Система обеспечения качества хранения и перевозки лекарственных препаратов.
13. Требование к фармацевтическому персоналу, осуществляющему деятельность по хранению и (или) перевозке лекарственных препаратов, в том числе в отношении которых установлены специальные условия хранения и (или) перевозки.
14. Помещения и оборудование для хранения лекарственных препаратов, используемые производителями лекарственных препаратов, организациями оптовой торговли и аптечными организациями.
15. Хранение лекарственных препаратов, подлежащих ПКУ.
16. Перевозка лекарственных препаратов, в том числе НСПВ.

### **Методические рекомендации к практическим занятиям**

**Задание 1.** Оцените поставщиков товаров аптечного ассортимента по определенным критериям, используя метод экспертной оценки.

#### **Содержание метода**

1. Выбор критериев для оценки поставщиков.

В приказе Министерства здравоохранения РФ № 647н от 31 августа 2016 г. «Об утверждении правил надлежащей аптечной практики лекарственных препаратов для медицинского применения» предложен следующий набор критериев для определения поставщика:

- 1) соответствие поставщика требованиям действующего законодательства Российской Федерации о лицензировании отдельных видов деятельности;
- 2) соблюдение поставщиком требований, установленных настоящими Правилами, к оформлению документации, наличию доку-

мента с перечнем деклараций о соответствии продукции установленным требованиям, протокола согласования цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов;

3) соответствие качества товаров аптечного ассортимента требованиям законодательства Российской Федерации;

4) соблюдение поставщиком температурного режима при транспортировке термолабильных лекарственных препаратов, в том числе иммунобиологических лекарственных препаратов;

5) деловая репутация поставщика на фармацевтическом рынке исходя из наличия фактов отзыва фальсифицированных, недоброкачественных, контрафактных товаров аптечного ассортимента, неисполнение им принятых договорных обязательств, предписаний уполномоченных органов государственного контроля о фактах нарушения требований законодательства Российской Федерации;

6) востребованность товаров аптечного ассортимента, предлагаемых поставщиком для дальнейшей реализации,

7) предоставление гарантии качества на поставляемые товары аптечного ассортимента;

8) конкурентоспособность предлагаемых поставщиком условий договора;

9) экономическая обоснованность предлагаемых поставщиком условий поставки товара (кратность поставляемых упаковок, минимальная сумма поставки);

10) возможность поставки широкого ассортимента;

11) сроки поставки, соответствие времени поставки рабочему времени субъекта розничной торговли.

Внимание: жирным шрифтом выделены критерии, выполнение которых **обязательно** и должно быть оценено наивысшим баллом.

2. Определение веса (значимости) каждого критерия в долях. Сумма долей каждого критерия должна быть равна единице.

3. Сбор информации о поставщиках и их оценка по выбранным критериям (например, по 10-балльной шкале).

4. Расчет оценки поставщика с учетом веса критерия.

5. Определение поставщика и заключение договора о поставке товара (лекарственных препаратов и других товаров аптечного ассортимента)

Эксперты оценили 5 поставщиков по предложенным критериям

Критерий	Вес критерия	ООО «Фармлига»	ЗАО «ФАРМА»	ООО «Асклад»	ООО «Пиллюля»	ЗАО «ОПТ»
1	0,15	10	10	10	10	10
2	0,12	10	10	10	10	10
3	0,14	10	10	10	10	10
4	0,13	10	10	10	10	10
5	0,12	10	10	10	10	8
6	0,03	10	10	2	5	4
7	0,10	10	10	10	10	9
8	0,05	9	6	5	4	3
9	0,07	9	4	6	8	4
10	0,08	8	4	3	6	6
11	0,01	9	9	9	9	9

**Задание 2.** Разработайте СОП «Закупка товара».

На основе критериев выбора поставщиков составьте рейтинг поставщиков на соответствие критериям по 4 группам:

А – приоритет закупки;

В – дозакупка, отсутствие у поставщиков класса А;

С – при отсутствии в ассортименте у поставщиков класса А и В;

D – «черный» список дистрибьюторов, не допускать закупку товара у этой группы поставщика.

NB!!! Закупку товара следует проводить из разных ценовых категорий в рамках одного МНН, не менее 5 торговых наименований для обеспечения населения с разной покупательской способностью.

Каждая группа должна представить один документ, при подготовке используйте нормативно-правовые акты, представленные в системе Moodle к занятиям по теме 9.

При составлении можете использовать рекомендуемые разделы, добавлять или изменять их в зависимости от вида и структуры аптечной организации, выполняемых функций и ассортимента аптечной организации.

#### *Рекомендуемая структура СОП*

1. Название СОП.
2. Оглавление.
3. Цель СОП.
4. Ответственность.
5. Обоснование.
6. Нормативно-правовая база.
7. Описание процедуры (данный раздел можно структурировать по группам товаров аптечного ассортимента).
8. Приложение.

## **ТЕМА 11. УНИЧТОЖЕНИЕ НЕДОБРОКАЧЕСТВЕННЫХ, ФАЛЬСИФИЦИРОВАННЫХ И КОНТРАФАКТНЫХ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ**

**Цель занятия** – изучить основы уничтожения недоброкачественных, фальсифицированных и контрафактных лекарственных препаратов.

### **Задача:**

1) научить своевременно выявлять ЛП, пришедшие в негодность, фальсифицированные, недоброкачественные и контрафактные ЛП и принимать меры по изъятию их из обращения.

### **Самостоятельная работа**

**Задание 1.** Самостоятельно изучить вопросы для устного обсуждения на занятии.

#### **Вопросы для устного обсуждения на занятии**

1. Группы лекарственных средств, подлежащие уничтожению. Основания для уничтожения лекарственных средств.
2. Порядок уничтожения фальсифицированных, недоброкачественных и контрафактных лекарственных средств.
3. Порядок уничтожения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров.
4. Контроль за уничтожением лекарственных средств. Противодействие незаконному обороту лекарственных средств.



Учебное издание

**Болдырева** Елена Владимировна,  
**Чупандина** Елена Евгеньевна,  
**Родивилова** Анастасия Юрьевна,  
**Черникова** Алла Артемовна

МЕДИЦИНСКОЕ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЕ  
ТОВАРОВЕДЕНИЕ

Учебно-методическое пособие

Подготовка макета Е. С. Котляровой

Подписано в печать 03.12.2018. Формат 60×84/16  
Уч.-изд. л. 2,8. Усл. печ. л. 3,3. Тираж 10. Заказ 595

Издательский дом ВГУ  
394018 Воронеж, пл. им. Ленина, 10

Отпечатано с готового оригинал-макета  
в типографии Издательского дома ВГУ  
394018 Воронеж, ул. Пушкинская, 3