



4. Цветовая гамма торгового зала оформлена в насыщенных оранжевых и зеленых цветах.

Оранжевый – жизнерадостный, импульсивный, создает чувство благополучия. Зеленый – успокаивает, снимает боль, усталость, уравнивает, олицетворяет свежесть и естественность. Эти цвета положительно влияют на эмоции человека, что позволяет посетителю аптеки чувствовать себя комфортно.

Пол выложен светлой кафельной плиткой.

Освещение. В аптеке большое количество искусственного света и очень мало дневного. Некоторые витрины оснащены дополнительным искусственным освещением.

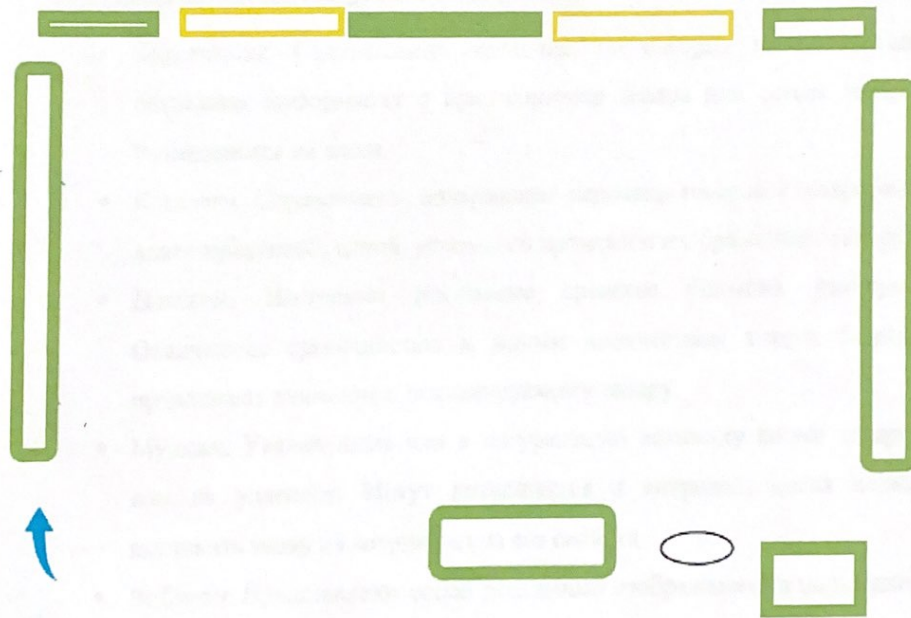
Музыка в аптеке-отсутствует.

В торговом зале имеется стол и столик для измерения артериального давления.

5. Организация торгового пространства. Устройство торгового зала, тип выкладки товаров смешанный. В основном представлена закрытая выкладка товара, за исключением товара который представлен рядом с кассой

Тип торгового оборудования - классический прилавок: витрины закрытого типа; витрины, расположенные по бокам торгового зала, на кассах расположены кассовые аппараты для расчета наличными, а также имеется аппарат для обслуживания покупателей с банковскими картами. Так ж на кассах имеется компьютер, мышка и клавиатура. В аптеке имеется камера наблюдения, они расположены над кассами, возле витрин.

Схема торгового зала. Зеленым – витрины. Желтый прилавки с кассами. Прозрачное, место где можно померить давление.



Установочная площадь - площадь, занятая под торговое оборудование.

Об эффективности использования площади торгового зала судят по коэффициенту установочной (K_u) площади, который рассчитывается по формуле:

$$K_y = S_y / S_{тз}$$

, где S_y - установочная площадь, m^2 ; $S_{тз}$ - площадь торгового зала, m^2

Оптимальное его значение должно быть в пределах от 0,25 до 0,35.

Площадь торгового зала в аптеке $36 m^2$, установочная площадь $7,56 m^2$

Коэффициент установочной площади - $7,56/36=0,21$

Коэффициент установочной площади не входит в предел оптимальных значений. Это говорит о нерациональном использовании торговой площади и недостатке оборудования.

6. Товарная выкладка. По фармакологическим группам: БАДЫ, парафармацевтические товары, диетическое питание, витамины, НПВП, товары от ОРВИ. По производителям отечественного (Российского производства), зарубежного. По уровням: шляпы, глаз, рук.

7. В аптеке имеются следующие виды рекламы:

- Монетницы. Специальные тарелочки, на которые на наноситься рекламная информация о производителе товара или самом товаре. Размещаются на кассе.
- Каталоги. Справочники, содержащие перечень товаров с подробной характеристикой, ценой, условиями продажи и изображением товара.
- Плакаты. Настенные рекламные средства больших размеров. Отличаются красочностью и малым количеством текста. Быстро привлекают внимание к рекламируемому товару.
- Муляжи. Увеличенные или в натуральную величину копии товаров или их упаковок. Могут размещаться в витринах, когда нельзя выставить товар на витрину из-за его свойств
- Воблеры. Представляют собой рекламные изображения на подвижной ножке, которые одним концом прикрепляются к поверхности и привлекают внимание за счет своей вибрации.
- Рекламные листовки. Страницы стандартного формата с текстом на одной или

на обеих сторонах. Сообщают рекламную информацию о конкретном товаре.

- Шелфтокеры. Они предназначены для выделения ряда товаров одного бренда. Закрепляются чаще всего на торце полки. Наиболее эффективны при вертикальной выкладке.

8. Вывод: аптека «ООО Миг» №28 не соответствует некоторым требованиям современного маркетинга. Поэтому необходимо провести маркетинговые мероприятия, которые повысят уровень продаж и обслуживания.



Тема № 15. Маркетинговый анализ аптечного ассортимента оформляется в виде протокола исследования по форме:

Пример маркетингового анализа лекарственного средства (МНН) Диклофенак в аптеке переставлено препарат в 4 видах

Торговое название : Диалоприд, Вольтарен, Диклак, Дикловит, Ортофен ретард.

Фармако-терапевтическая группа: НПВП

Препарат действует на удовлетворения человека, то есть этот препарат назначен для устранения болей в разных частях организма человека.

Определение коэффициента полноты ассортимента.

По состоянию на 9.06.2021г в «Государственном реестре ЛС», зарегистрировано 10 лекарственных форм лекарственного препарата Диклофенак. В аптеке на данный момент представлено 4 лекарственные формы. $K_p=4/10=0,4$

Определение коэффициента глубины ассортимента .

Согласно Государственному реестру разрешено к применению все 10 форм Диклофенака

В аптеке на момент исследования представлено 3 препарата. $K_g=4/10=0,4$

Определение полноты использования ассортимента.

$P_a=4/10*100\%=40\%$

Определение индекса обновления $I_o=1:10=0,1$

Вывод: Ассортиментный анализ лекарственного препарата Диклофенак показал:

Полнота ассортимента соответствует маркетинговым требованиям $K_p=0,4$

Глубина ассортимента $K_g=0,4$ показывает что изменять ничего не нужно, и то что закупать препарат не нужно.

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Ф.И.О. обучающегося Лейнерт Екатерина Евгеньевна

Группа:203-2 Специальность: 33.02.01. Фармация

Проходившего производственную практику «Отпуск лекарственных препаратов и товаров аптечного ассортимента» с 10 мая по 12 июня 2021г.

На базе аптеки ООО «Минг» аптека №28
Города Красноярска

За время прохождения мною выполнены следующие объемы работ:

А. Цифровой отчет

№	Виды работ	Количество
1	Анализ ассортимента лекарственных средств	29
2	Анализ ассортимента изделий медицинского назначения	37
3	Анализ ассортимента медицинских приборов и аппаратов	10
4	Анализ ассортимента гомеопатических лекарственных средств	11
5	Анализ ассортимента биологически-активных добавок	6
6	Анализ ассортимента минеральных вод	3
7.	Анализ ассортимента парфюмерно-косметической продукции	6
8.	Анализ ассортимента диетического питания	6

Б. Текстовой отчет

Отразить:

Программа производственной практики выполнена в полном объеме (если есть невыполненные разделы, отразить их и указать причину невыполнения).

За время прохождения практики

- Я раскладывала препараты в правильном порядке и по группам, переклеивала старые ценники на новые. Почему не было проведено полное изучение и прохождение плана, это то что просто не доверяли и не давали принимать товар и отпускать безрецептурные препараты.

- Что могу сказать про практику. На данной практике, в данной аптеке из списка плана не было проведено учение по приемке товара и отпуске элементарных безрецептурных препаратов. Практика должна представлять из себя учение, представление о профессии Фармацевт. В этой практике я этого не увидела.

Студент _____ Лейнерт Е.Е.
(подпись) (ФИО)

Общий/непосредственный руководитель практики:

_____ Решетникова Н.С.
(подпись) (ФИО)

«10» 06 2021 г. М.

