

3. Сахаров В.А., Сахарова Л.Г. Взаимосвязь духовно-нравственного и поликультурного воспитания студенческой молодежи // Среднее профессиональное образование –2011. – № 11. –С.11–12[Sakharov V.A., Sakharova L.G. Vzaimosvyaz' dukhovno-nravstvennogo i polikul'turnogo vospitaniya studencheskoy molodezhi. *Srednee professional'noe obrazovanie*. 2011;(11):11–12 (In Russ).]

4. Сахаров В.А., Сахарова Л.Г., Сапожникова А.Г. Духовно-нравственное воспитание современной молодежи в контексте реализации государственной национальной политики// Среднее профессиональное образование. –2013. –№ 11. –С.14– 15[Sakharov V.A., Sakharova L.G., Sapozhnikova A.G. Dukhovno-nravstvennoe vospitanie sovremennoy molodezhi v kontekste realizatsii gosudarstvennoy natsional'noy politiki *Srednee professional'noe obrazovanie*. 2013; (11):14–15 (In Russ).]

5. Указ Президента Российской Федерации «О проведении в Российской Федерации Года памяти и славы» [*Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii «Oprovedenii v Rossiyskoy Federatsii Goda pamyati i slavy»* (InRuss)] Доступно по: <http://www.kremlin.ru/acts/news/60954> Ссылка активна на 20.01.2020

## ОБЗОРЫ

УДК 6.61.614.614.3.614.31

### КОМПЛЕКСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ КОМПАНИИ «ЭВАЛАР»

Белюсова О.В.<sup>1</sup>, Белоусов Е.А.<sup>1</sup>, Карасёв М.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет», (308015, г. Белгород, ул. Победы, 85).  
*belousovaov31@mail.ru*

<sup>2</sup>ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева» (302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, 95). *mikhailkarasev@yandex.ru*

В данной статье представлены результаты комплексного исследования ассортимента биологически активных добавок (БАД) российской фармацевтической компании ЗАО «Эвалар».

В ходе исследования сформирован массив БАД компании «Эвалар». Проведен комплексный анализ товаров компании. Сформированы рекомендации аптечным организациям по оптимизации ассортимента товаров фармацевтической компании ЗАО «Эвалар».

**Ключевые слова:** биологически активные добавки, ЗАО «Эвалар», производитель, форма выпуска.

### **COMPREHENSIVE RESEARCH OF THE PRODUCT RANGE OF THE COMPANY“EVALAR”**

Belousova O.V. <sup>1</sup>, Belousov E.A. <sup>1</sup>, Karasev M.M. <sup>2</sup>

*1 Belgorod State University, (308015 Belgorod, st. Pobedy, 85 ).  
belousovaov31@mail.ru*

*3Orel State University named after I.S. Turgenev (302026, Orel, st. Komsomolskaya, 95). [mikhailkarasev@yandex.ru](mailto:mikhailkarasev@yandex.ru)*

This article presents the results of a comprehensive study of the range of dietary supplements produced by the Russian pharmaceutical company “ZAO Evalar”.

During the study an array of dietary supplements of the company was formed. A comprehensive analysis of the products is described. Recommendations for pharmacies on optimizing the assortment of goods of the pharmaceutical company ZAO "Evalar" are given.

**Key words:** biologically active additives, ZAO "Evalar", manufacturer, form of release.

**Введение.** По данным ВОЗ, значительная часть человечества страдает от нехватки качественной пищи, витаминных и минеральных комплексов. В данной ситуации на первое место выходит поиск решения проблемы, связанной с коррекцией и оптимизацией пищевого рациона, то есть введение в рацион питания человека биологически активных добавок [1, 4, 5]. Сегодня одной из крупнейших в России фармацевтических компаний, занимающейся разработкой и выпуском натуральных лекарственных средств и биологически активных добавок, является компания ЗАО «Эвалар».

На сегодняшний день нет достоверных данных, позволяющих точно оценить объем мирового рынка БАД. По некоторым источникам, эта цифра варьируется в пределах 50-70 млрд. долл. Первое место по производству биодобавок принадлежит США, которые выпускают 35% всего мирового объема БАД. Прирост американского рынка БАД составляет 10-14% в год. Вторым крупнейшим мировым производителем является Европа, на долю которой приходится 32% мирового объема биодобавок. Среди основных европейских производителей БАД — Германия, Франция, Великобритания [1,2].

Третье место занимает Япония – 18% мирового объема БАД. По потреблению биодобавок лидируют: Япония (до 90% населения), США (80%), Европа (50%). В России этот показатель значительно ниже: примерно 7–15% населения регулярно потребляют БАД [1, 3].

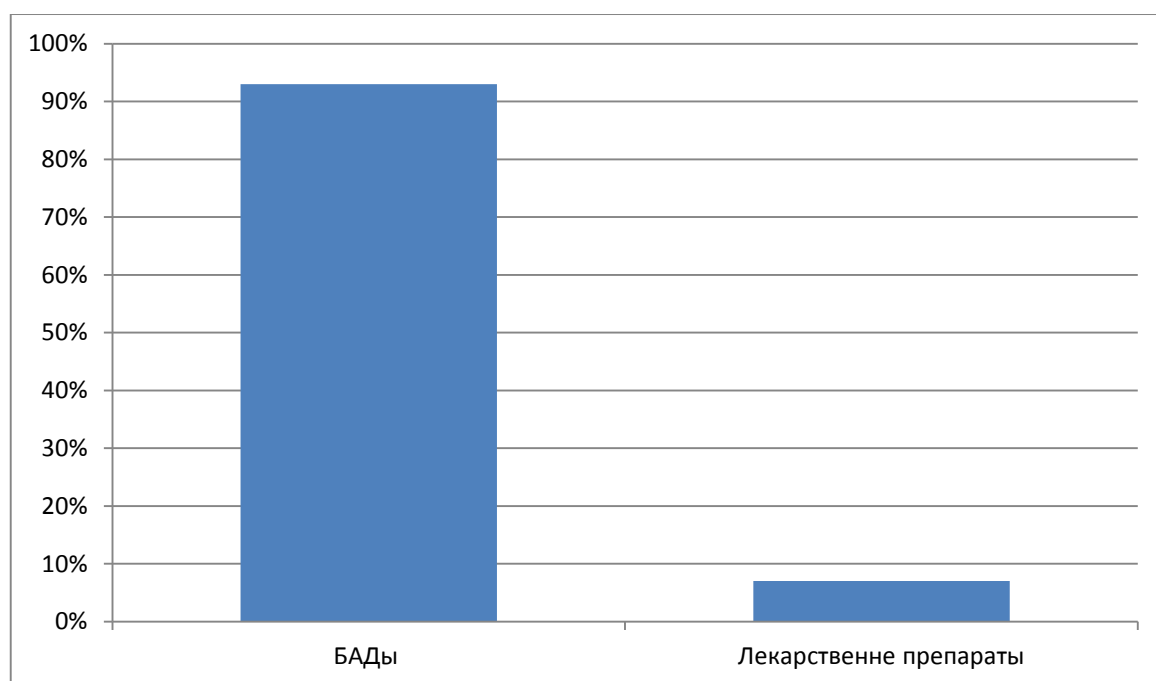
Если рассматривать российский рынок БАД в целом, с учетом «теневого» сегмента, то на рынке преобладают БАД импортного происхождения. Это связано с тем, что «теневой» сектор рынка в большей степени предлагает препараты импортного производства. По различным оценкам, неаптечный сегмент рынка БАД составляет от 0,8-1,5 млрд. долл. и в основном представлен продуктами зарубежного производства (63-65% рынка в стоимостном выражении). Через российские аптеки было реализовано более 300 млн. упаковок БАД [1, 2, 3],

Компания ЗАО «Эвалар» – одна из крупнейших в России фармацевтических компаний, абсолютный лидер в стране по объему выпуска натуральных препаратов для сохранения и укрепления здоровья.

*Объект исследования:* комплексное исследование товаров аптечного ассортимента ЗАО «Эвалар».

*Методы исследования:* структурный анализ, контент-анализ, АВС-анализ, графический, аналитический.

*Результаты и их обсуждение.* На основании данных номенклатурных данных ЗАО «Эвалар» проанализирован ассортимент данной структуры, который представлен 253 наименованиями, из них БАД – 232, являются лекарственными препаратами – 21.



*Рис. 1. Структура ассортимента товаров, производимых ЗАО «Эвалар», %*

На следующем этапе сегментирован ассортимент по лекарственным формам в исследуемой группе, которые представлены на рис. 2.

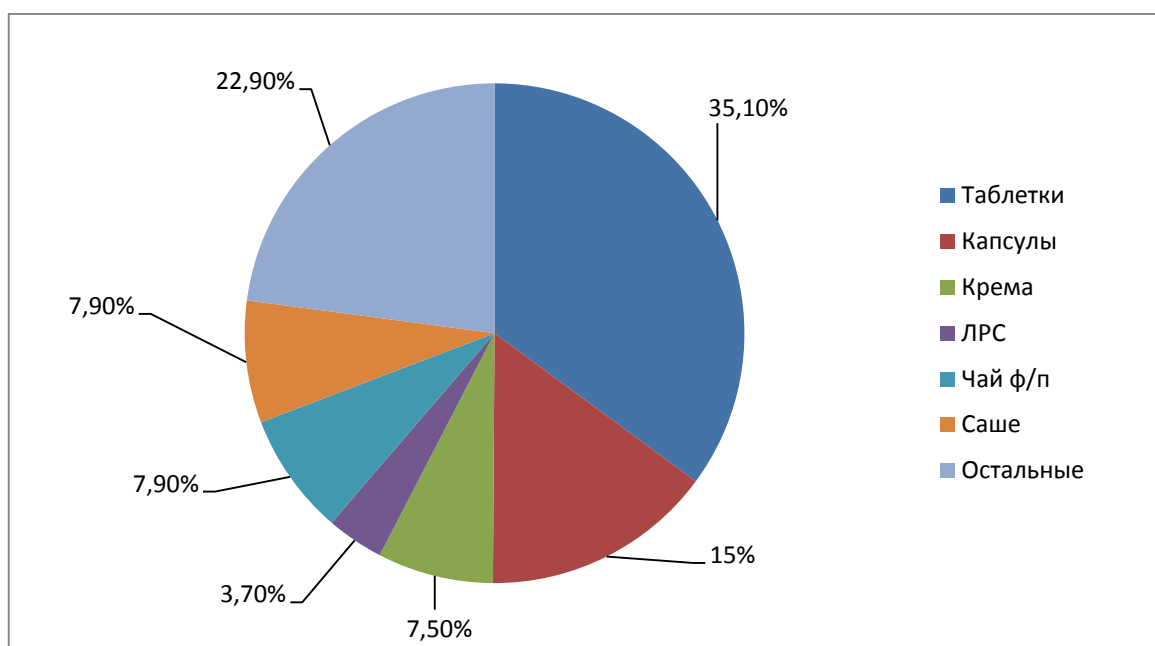


Рис. 2. Сегментация ассортимента товаров ЗАО «Эвалар» по видам лекарственных форм, %

Выявлено, что данные товары представлены твердыми (капсулы, таблетки, саше), жидкими (сиропы, соки, настойки и др.), мягкими (кремы, гели, мази и др.) лекарственными формами. Самыми распространенными лекарственными формами, производимыми ЗАО «Эвалар», являются: таблетки, капсулы и саше.

Базой исследования стала аптечная сеть ООО «Фарма» г. Шебекино Белгородской области.

Информационный массив представлен 77 наименованиями, из них в аптеке за данный период реализовано 34 наименования.

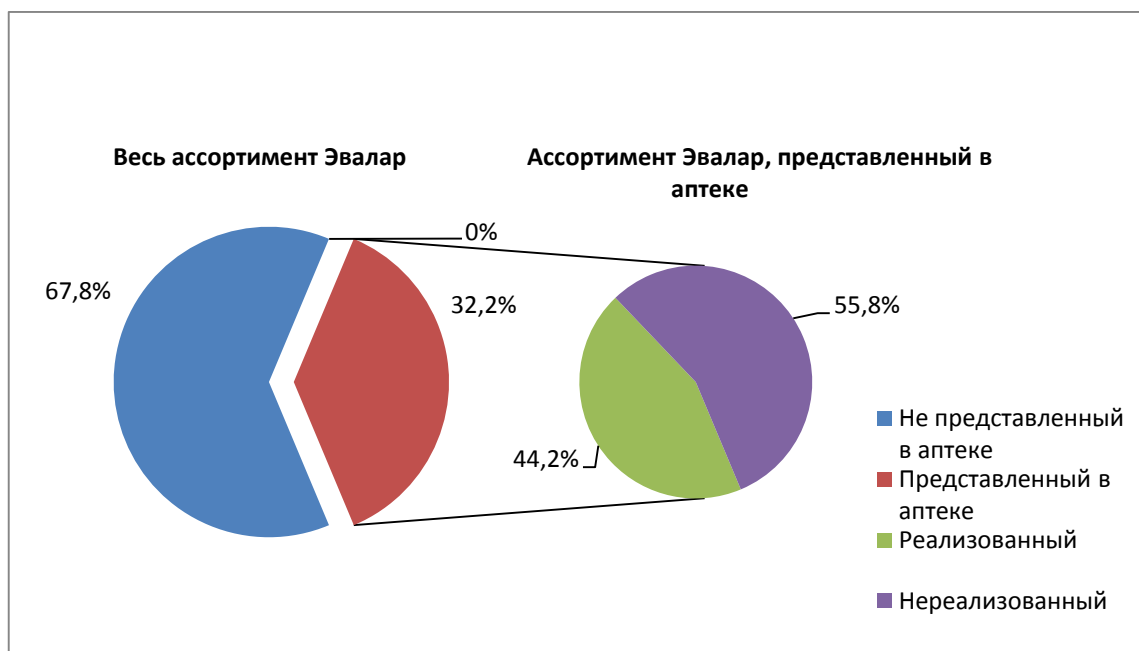


Рис. 3. Градация ассортимента товаров ЗАО «Эвалар», реализованных в аптеке «Аптека+», %

Установлено, что ассортимент товаров ЗАО «Эвалар» представлен 32,2%. Из данного ассортимента полностью реализовано 44,2% товара.

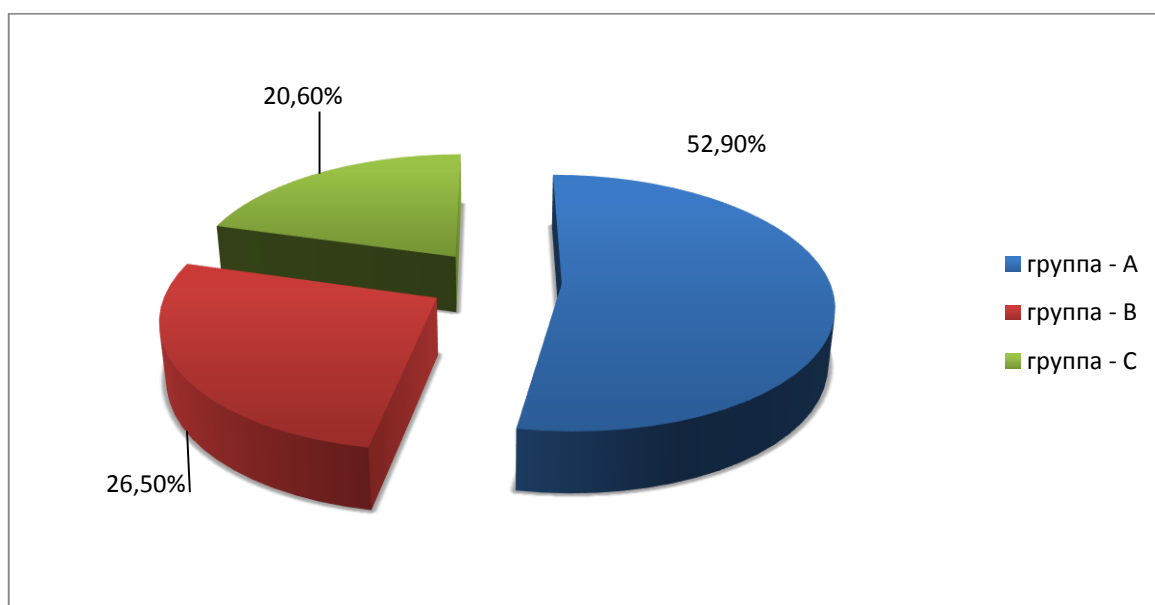
В ходе исследования проанализированы отчеты по движению товара за ноябрь 2018 года, для проведения ABC-анализа из документов изъяты данные об объеме продаж биологически активных добавок и ЛП ЗАО «Эвалар».

С помощью электронной таблицы Microsoft Office Excel рассчитаны данные по основным показателям прибыльности товаров.

Параметр, по которому проводилось сегментирование на группы А, В, С – количество проданных упаковок и объем продаж в рублях.

Результаты: общее количество товаров ЗАО «Эвалар», реализованных аптекой в ноябре 2018 года, составляет 34 наименования, из них группа А представлена 18 наименованиями, группа В включает 9 наименований и группа С включает 7 наименований.

Полученная структура ассортимента товаров ЗАО «Эвалар», реализованных аптекой «Аптека+» в период за ноябрь 2018 года, по группам ABC представлена на рис. 4.



*Рис. 4. Результаты анализа ассортимента товаров ЗАО «Эвалар», %*

Выяснено, что товары ЗАО «Эвалар» группы А составляют 52,9%, группы В – 20,6% и группы С – 26,5%.

Далее подробно рассмотрена каждая группа относительно общего ассортимента.

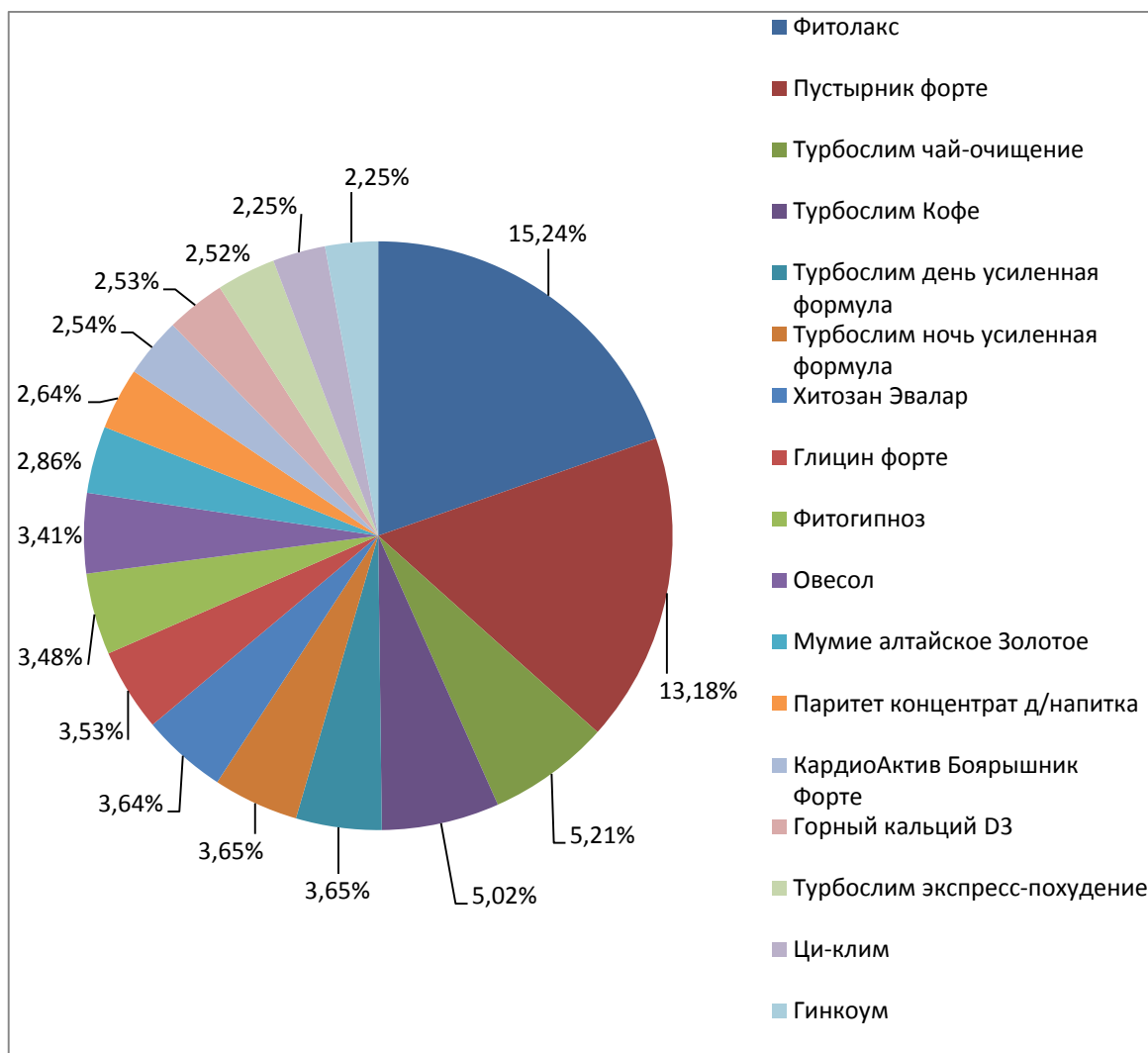


Рис. 5. Градация ассортимента группы А в объеме продаж, %

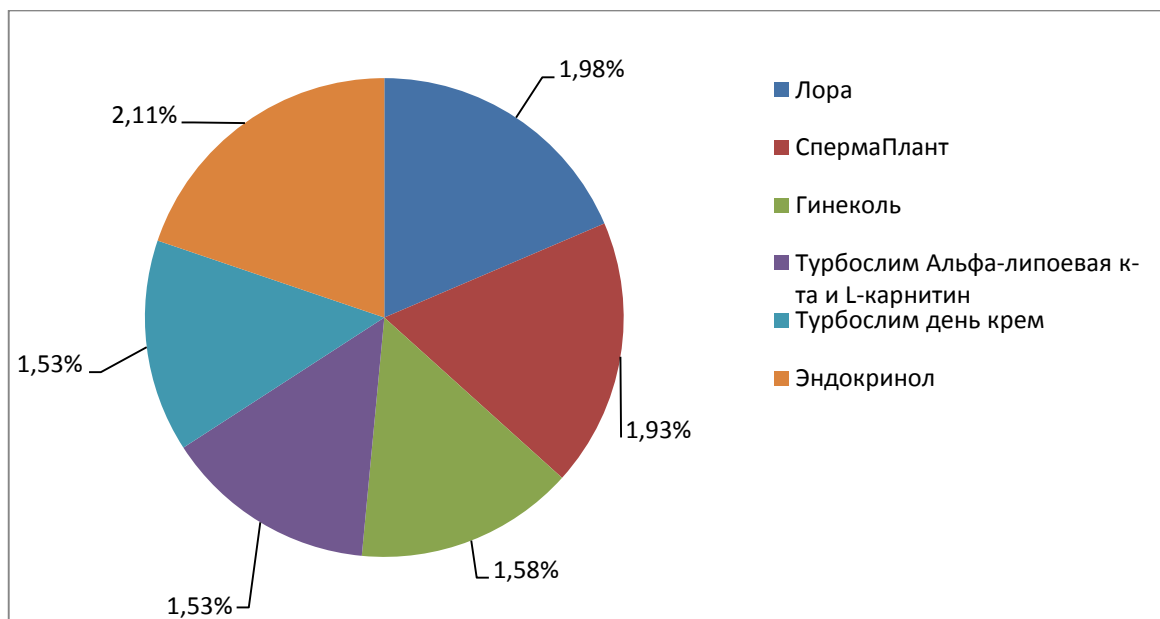


Рис. 6. Сегментация ассортимента товаров группы В %



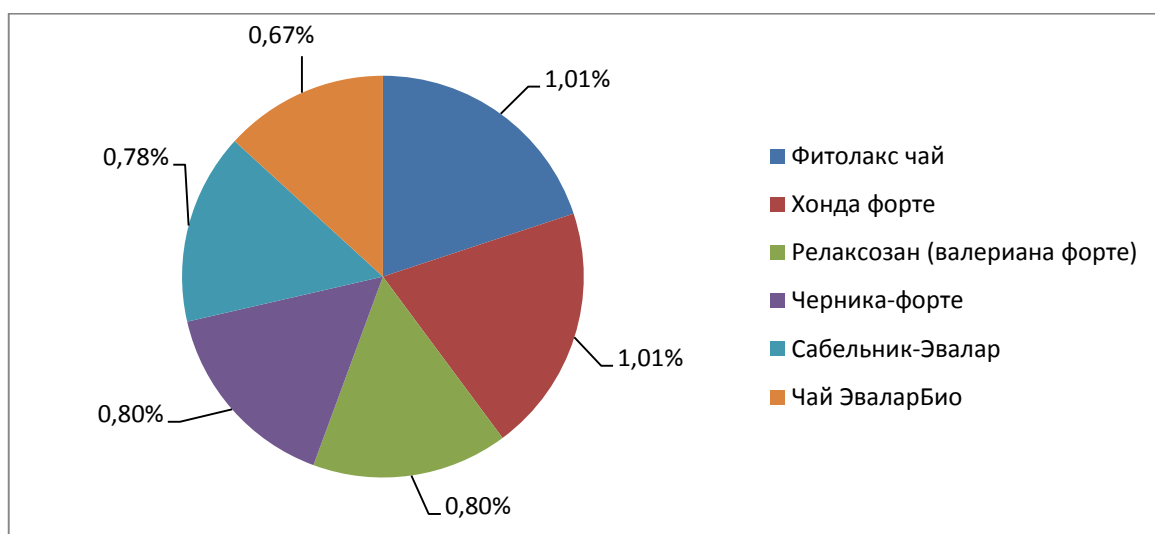


Рис. 7. Градация ассортимента товаров группы С в объеме продаж, %

Согласно данным ABC-анализа, наиболее продаваемыми и приносящими максимальную прибыль являются средства группы А: Фитолак таб. жеват. 0,5г №20, Пустырник форте таб. №40, Турбослим чай-очищение ф/пак. 2г №20, Турбослим Кофе Капучино пак. саше №10, Турбослим день усиленная формула капс. №30, Турбослим ночь усиленная формула капс. №30, Хитозан Эвалар таб. 0,5 №100, Глицин форте таб. №20 Фитогипноз таб. №20, Овесол таб. №40, Мумие алтайское Золотое таб. 200мг №20, Паритет концентрат д/напитка д/муж. 100мл, КардиоАктив Боярышник Форте таб. 0,5бг №40, Горный кальций D3 таб. №80, Турбослим экспресс-похудение капс. №18 +саше №3, Циклим таб. п/о №60.

Группа В составляет 26,5% от всего ассортимента и дает 15% прибыли организации. Это товары: Эндокринол крем-гель туба 50мл, Лора таб. п/о №36, СпермаПлант саше 3,5г №20, Гинеколь таб. п/о №40, ТурбослимАльфа-липоевая к-та и L-карнитин таб. №60, Турбослим день крем д/коррекции фигуры 100мл, Черника-форте таб. 0,25г №150 с витаминами и цинком, Формула сна таб. п/о №40, Омега форте капс. №30.

Группа С составляет 20,6% наименований товаров и приносит 5% от общей прибыли. К этой группе относятся: Фитолак чай ф/п 2,1 г №20, Хонда

форте таб. №36, Релаксозан (валериана форте) таб. №20, Черника-форте таб. 0,25г №50 с лютеином, Сабельник - Эвалар таб. №60, Чай ЭваларБио д/очищения организма ф/п 1,5 №20, Шалфей таб. №20.

### **Выводы**

На основании литературных источников дана характеристика биологически активных добавок, определена роль биологических активных добавок в рационе питания человека. БАДы классифицированы по источникам получения, по действию на организм человека.

Установлено, что рынок БАД показывает значительный уровень привлекательности для всех участников логистической цепочки от производителя до покупателя. Рынок интенсивно растет и показывает значительную рентабельность, демонстрируя прирост более чем на 10% в год. Одним из крупнейших производителей биологически активных добавок в РФ является фармацевтическая компания ЗАО «Эвалар».

В ходе фармакоэкономического исследования проведен ABC-анализ ассортимента товаров ЗАО «Эвалар» на примере аптеки «Аптека+» за период ноябрь 2018 года, состоящий из 77 наименований товаров, из которых в аптеке за данный период реализовано 34 наименования.

Согласно данным ABC-анализа максимальную прибыль приносят следующие товары: Фитолакс таб. жеват. 0,5г №20, Пустырник форте таб. №40, Турбослим чай-очищение ф/пак. 2г №20, Турбослим Кофе Капучино пак. саше №10 и др.

Группа В составляет 26,5% от всего ассортимента и дает 15% прибыли организации. Это товары: Эндокринол крем-гель туба 50мл, Лора таб. п/о №36 и др.

Таким образом, исследование ассортимента товаров ЗАО «Эвалар», поможет внести корректировки в аптечный ассортимент для более качественного фармацевтического сопровождения во время продажи как биологически активных добавок, так и лекарственных препаратов.

## Список литературы

1. Григорьев Д.А. Анализ рынка биологически активных добавок.// "Бизнес медицина". – 2005. – № 8. – С.10-14. [Grigor'ev D.A. Analiz rynka biologicheskii aktivnykh dobavok. *Biznes meditsina*. 2005;8:10-14. (In Russ.)]
2. Гичев. Ю.Ю. Руководство по микронутриентологии. Роль и значение биологически активных добавок к пище. – М.: Триада-Х, 2006. [Gichev.Yu.Yu. *Rukovodstvo po mikronutrientologii. Rol' i znachenie biologicheskii aktivnykh dobavok k pische*. Moscow: Triada-X, 2006. (In Russ.)]
3. Спичак И.В., Белоусов Е.А., Белоусова О.В., Карасев М.М. Фармакоэкономическое исследование ассортимента биологически активных добавок аптечной организации.// Научный результат. –2015. –№3. –С.21-27.[Spichak I.V., Belousov E.A., Belousova O.V., Karasev M.M. Farmako`ekonomicheskoe issledovanie assortimenta biologicheskii aktivnykh dobavok aptechnoj organizatsii. *Nauchnyj rezul'tat*. 2015;3:21-27. (In Russ.)]
4. Гуковский И.С. Устранять причину, а не следствие.// Фармацевтический вестник. – №13 (376), –2005 –С. 29-30. [Gukovskij I. S. Ustranjat' prichinu, anesledstvie. *Farmatsevticheskiy vestnik* . 2005;13 (376):29-30. (In Russ.)]
5. Орлов А.С. Современные методы ценового анализа лекарственных средств и их применение в зарубежной практике. // Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. – № 2. –С. 21 - 32. [Orlov A.C. Sovremennye metody tsenovogo analiza lekarstvennykh sredstv i ih primenenie v zarubezhnoj praktike. *Marketing v Rossii i zarubezhom*. 2005;2:21 - 32. (In Russ.)]