

ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНИХ ЗАХОДІВ У РЕАЛІЗАЦІЇ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ

Головною метою діяльності фармацевтичних компаній є отримання прибутку, величина якого залежить від продажів продукції і відповідної рекламної кампанії. Через що дослідження впливу окремих рекламних заходів є надзвичайно важливим.

Прикладом використання кластерного аналізу була обрана група препаратів А02А АНТАЦИДИ, дані для якої зібрані помісяцево за 2012 рік. Для дослідження було використано 15 препаратів (*Алмагель, Аджифлюкс, Фосфалюгель, Ренні, Тальцид, Алюмаг, Дигель, Релцер, Контрацид, Маалокс, Ріопан, Гастал, Реммакс, Секрепат, Таблетки від печії*) та такі стандартизовані характеристики як *Profit, Amount, Weighted distribution, TV, TV sponsorship, Outdoor, Press, Radio, Internet*, що показують витрати на PR препаратів, і *eqGRP*, що виражає масштаб рекламного впливу.

За допомогою програмного забезпечення *STATISTICA7* досліджувані препарати були розбиті на 3 кластери, що охарактеризовують їх особливості (рис.1).

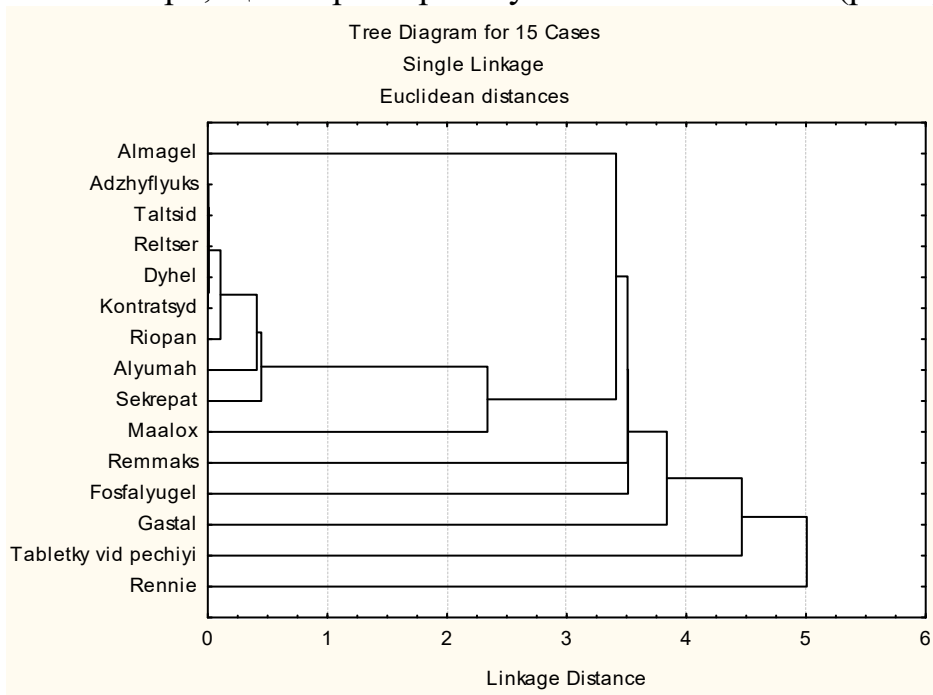


Рис.1 Дерево класифікації для 15 брендів групи А02А АНТАЦИДИ

У перший кластер входить один бренд – Ренні. До другого кластеру входять 11 препаратів – Аджифлюкс, Тальцид, Алюмаг, Дигель, Релцер, Контрацид, Маалокс, Ріоплан, Гастал, Реммакс і Секрепат. А до третього кластеру 3 бренди – Алмагель, Фосфалюгель і Таблетки від печії.

Відповідно до визначених кластерів було продемонстровано їх особливості, що показують доцільність використання певних рекламних заходів для цієї групи препаратів у цілому (рис. 2).

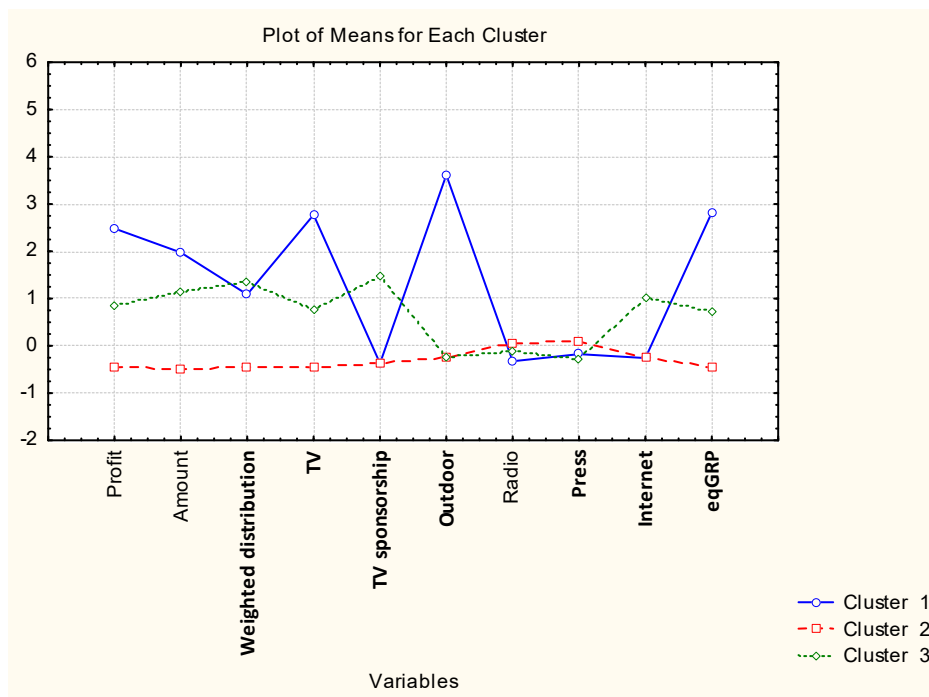


Рис.2 Особливості кластерів для групи А02А АНТАЦИДИ

Для повнішого аналізу такої тенденції необхідно продемонструвати ціни препаратів (див. табл. 1).

Таблиця 1. Середня ціна продукції по кожному кластеру, вирахована за загальнокластерним обсягом виручки і кількістю реалізованої продукції

Номер кластеру	Обсяг виручки, грн	Кількість реалізованої продукції	Ціна, грн
1	34 286,9	1 348 061,0	39,32
2	2 581,24	55 342,0	21,44
3	16 693,16	919 801	55,10

Отже, згідно з дослідженням найбільшу виручку з продажів має перший кластер – препарат Рені. Також він має найвищий обсяг продажів при помірній зваженій дистрибуції і середній рівень ціни. Саме цей препарат може слугувати прикладом ефективної рекламної кампанії, що полягала у витратах на зовнішню рекламу та рекламу на телебаченні. Окрім цього це підтверджено рівнем рекламного впливу, що є максимальним серед усіх досліджуваних препаратів.

Хромець А.Ю.

Студентка 4 року навчання, НаУКМА

СУЧАСНИЙ СТАН ЛІКВІДНОСТІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ НОРМАТИВНИХ ПОКАЗНИКІВ

“Ліквідність банківської системи — це динамічний стан, який забезпечує своєчасність, повноту та безперервність виконання всіх грошових зобов’язань банківської системи країни, характеризує рівень її надійності та достатність коштів відповідно до потреб розвитку економіки, що забезпечується коштами обов’язкових