

КУМ



Том 4 № 1 2009

УКРАЇНСЬКИЙ ЖУРНАЛ КЛІНІЧНОЇ ТА ЛАБОРАТОРНОЇ МЕДИЦИНИ

Всеукраїнський науково-медичний журнал
Виходить 4 рази на рік

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР
В.К.Івченко (Луганськ)

ШЕФ-РЕДАКТОР
І.О.Комаревцева (Луганськ)

ЗАСТУПНИК ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА
В.І.Тріскач (Луганськ)

НАУКОВИЙ РЕДАКТОР
Ю.І.Налапко (Луганськ)

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Н.М.Білько (Київ)
О.П.Волосовець (Київ)
К.О.Галахін (Київ)
О.П.Гудзенко (Луганськ)
П.К.Казимирко (Луганськ)
Г.Д.Каци (Луганськ)
С.А.Кашенко (Луганськ)
О.М.Клімочкіна (Луганськ)
В.І.Коломієць (Луганськ)
В.М.Комаревцев (Луганськ)
В.Д.Лук'янчук (Луганськ)
О.М.Магомедов (Київ)
Л.О.Мальцева (Дніпропетровськ)
В.І.Мамчур (Дніпропетровськ)
О.А.Орлова (Луганськ)
М.С.Пономаренко (Київ)
Ю.І.Пустовий (Луганськ)
О.С.Решетнікова (Луганськ)
Б.П.Романюк (Луганськ)
Л.В.Савченкова (Луганськ)
С.М.Смірнов (Луганськ)
В.М.Толочко (Київ)
В.В.Флегонтова (Луганськ)
Ю.А.Хунов (Луганськ)
В.А.Шаповалова (Харків)
І.П.Шлапак (Київ)

ЛІТЕРАТУРНІ РЕДАКТОРИ
В.С.Косенко (Луганськ)
К.К.Налапко (Луганськ)

РЕДАКЦІЙНА РАДА:

М.А.Волошин (Запоріжжя)
В.Г.Ковешніков (Луганськ)
Л.В.Повицька-Усенко (Дніпропетровськ)
В.І.Черній (Донецьк)

Журнал заснований Луганським державним медичним університетом в жовтні 2006 р.

Журнал зареєстрований Державним комітетом телебачення та радіомовлення України 24.01.2006, свідоцтво КВ № 10905.

Журнал зареєстрований Вищою атестаційною комісією України як фаховий, в якому можуть публікуватися результати дисертаційних досліджень, за напрямками: **Медицині науки, фармацевтичні науки** (Постанова Президії ВАК України Від 11.10.2007 р. №1-05/8).

Адреса редакції: «Український журнал клінічної та лабораторної медицини», Луганський державний медичний університет, кв. 50-річчя Оборони Луганська, 1, Луганськ, 91045, Україна. Телефон / факс: 0642-532036. E-mail: nalapko@ukr.net

Рекомендовано до друку Вченою Радою Луганського державного медичного університету (протокол № 12 від 04.12.2008). Підписано до друку 11.12.2008. Рік випуску 2008. Формат 60x84,8. Папір офсетний. Замовлення №35. Тираж 500 прим.

Видавець та виготовлювач: Луганський державний медичний університет, кв. 50-річчя Оборони Луганська, 1, Луганськ, 91045, Україна. Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру України видавців, виготовників та розповсюджувачів видавничої продукції ДК №609 від 21.09.2001 р., видане Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України.

Аналіз сучасних напрямків розвитку ринкової діяльності аптечних підприємств

Г.С.Бабічева, З.М.Мнушко

Національний фармацевтичний університет, кафедра менеджменту та маркетингу у фармації
Харків, Україна

У роботі проведено аналіз сучасних напрямків розвитку ринкової діяльності аптечних підприємств відповідно до тенденцій вітчизняного фармацевтичного ринку. Наведено структуру видів інтеграції фармацевтичних підприємств. Розглянуто економічні та організаційно-правові чинники, на яких ґрунтуються процеси інтеграції та консолідації. Досліджено структуру аптечного мережевого бізнесу на вітчизняному фармацевтичному ринку та наведено загальну класифікацію аптечних мереж. Встановлено взаємозв'язок головних маркетингових складових підвищення ефективності діяльності аптек із сучасними тенденціями розвитку фармацевтичної галузі. Визначені основні тенденції розвитку аптечного мережевого бізнесу в Україні.

Ключові слова: процеси інтеграції та консолідації, фармацевтичний ринок, аптечні мережі.

ВСТУП

Формування сучасної моделі економічних відносин супроводжується виникненням та поширенням нових організаційних структур в усіх сегментах національної економіки і, насамперед, у фармації [3]. Цю тезу певною мірою підтверджують процеси інтеграції і консолідації, що відбуваються на вітчизняному фармацевтичному ринку та спричиняють становлення таких нових структур, як корпоративні аптечні мережі, фарммаркети; оптово-роздрібні об'єднання, фармацевтичні холдинги [4, 6].

Для українського фармацевтичного ринку такі організаційні утворення є новим етапом розвитку галузі, проте досвід та показники діяльності провідних фармацевтичних

компаній Європи, США свідчать про успішність, економічну ефективність та перспективність функціонування інтегрованих фармацевтичних підприємств. Експерти прогнозують подальший активний розвиток аптечних мереж та оптово-роздрібних об'єднань в Україні, що, у свою чергу, потребує відповідної науково обґрунтованої характеристики принципів маркетингової діяльності нових організаційних структур [2].

Аналіз наукової літератури показав, що дослідженню питань стосовно формування сучасних фармацевтичних інтегрованих організацій та, зокрема, аптечних мереж останнім часом приділяється значна увага. Це відображають здебільшого роботи зарубіжних авторів [1, 5, 9-11]. Незважаючи на високу актуальність процесів консолідації та інтеграції у фармацевтичній галузі, на сьогодні у вітчизняній науковій літературі недостатньо висвітленими лишаються питання стосовно дослідження сучасних напрямків ринкової діяльності аптечних підприємств, передумов становлення нових форм торгівлі на фармацевтичному ринку, а також перспектив подальшого розвитку роздрібного ринкового сегменту.

Метою даної роботи є аналіз сучасних напрямків, основних тенденцій розвитку ринкової діяльності аптечних підприємств та дослідження структури аптечних мереж на вітчизняному фармацевтичному ринку.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Інтеграція фармацевтичних підприємств у вигляді торгівельних об'єднань являє собою форму співробітництва економічно та юридично самостійних компаній на різних етапах функціонування від розробки та виробництва товарів до їх збуту кінцевим споживачам з метою підвищення ефективності діяльності. В умовах жорсткої конкуренції та агресивної полі-



Рис. 1. Види інтеграції підприємств на фармацевтичному ринку України.

тики потужних зарубіжних фармацевтичних компаній об'єднання учасників вітчизняного фармацевтичного ринку у торговельні мережі дозволить останнім зміцнити свої конкурентні позиції та досягти значних економічних показників [11].

Під торговельною мережею розуміють сукупність роздрібних та оптових структур, які виступають під єдиною торговельною маркою та забезпечують єдину систему постачання і збуту [3]. Це можуть бути або горизонтальні структури, у які об'єднуються підприємства, що функціонують в однакових сферах діяльності, або вертикальні, коли підприємства роздрібної торгівлі інтегруються з оптовими фірмами чи підприємствами-виробниками. Також на фармацевтичному ринку зустрічаються інтегровані організації змішаного типу, наприклад група компаній «Аптечний холдинг» у Донецькому регіоні, до складу якого входять потужна аптечна мережа (695 роздрібних точок) та розвинута система оптово-роздрібних філій. Структура видів інтеграції фармацевтичних підприємств представлена на рис. 1.

Серед пріоритетних напрямків розвитку більшості великих фармацевтичних компаній на вітчизняному ринку слід відзначити відкриття власних роздрібних точок або формування цілих аптечних мереж у складі оптових фірм або підприємств-виробників. Для вертикально-інтегрованих організацій аптечні мережі – це спосіб підвищення капіталізації та вихід на суміжні сегменти ринку.

Дослідження питання стосовно розвитку нових форм оптової та роздрібної реалізації фармацевтичних товарів на вітчизняному ринку викликає необхідність розгляду економічних та організаційно-правових чинників, на яких ґрунтуються процеси інтеграції та консолідації.

Це, перш за все, вступ України до СОТ та курс на європейську інтеграцію; процеси економічної глобалізації; експансія міжнародних фармацевтичних компаній в Україну; загострення конкуренції на всіх ланках фармацевтичної галузі [5, 8].

Слід також відзначити, що у своїй діяльності оптово-роздрібні об'єднання реалізують власні значні фінансові та конкурентні переваги, які в цілому сприяють підвищенню ефективності маркетингової діяльності:

1. напрацьовані технології організації оптової реалізації товару сприяють оптимізації роздрібної діяльності, зменшенню ризиків, зниженню витрат, розширенню асортименту, збільшенню товарообігу;

2. наявність власної торговельної марки сприяє створенню та підтримці іміджу, підвищенню якості товарів та послуг, полегшує проведення рекламних компаній;

3. великий обсяг реалізації дає можливість розширення ринкового середовища [6, 10].

Процеси консолідації та інтеграції відбуваються як у виробничому, так і в дистрибуторському секторах фармацевтичної галузі, але найбільш інтенсивного розвитку набуває в роздрібній ланці поширення аптечних мереж. За таких умов постійно змінюється інфраструктура роздрібною ринку, зокрема збільшується частка аптек (зараз їх майже 50%) на фоні скорочення кількості аптечних пунктів та кіосків [7]. Мережева форма організації роздрібною торгівлі на сьогодні є найбільш динамічно розвинутою та перспективною, про що свідчать статистичні дані: за оцінками експертів частка мережевих аптек в Україні складає приблизно 60% [4].

Слід відзначити, що на вітчизняному фармацевтичному ринку переважають дрібні та се-

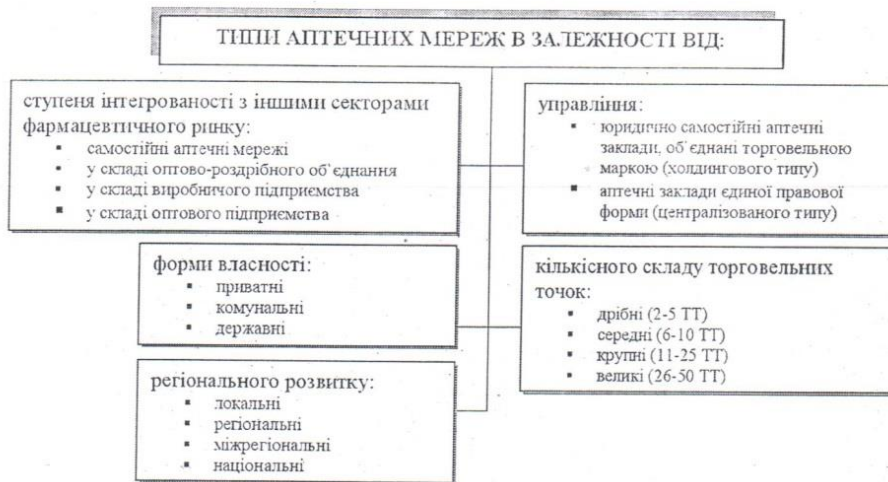


Рис. 2. Типи аптечних мереж.

редні аптечні мережі, до складу яких входять 5-10 роздрібних точок (РТ) [7]. Найбільш потужні мегамережі представлені здебільшого комунальними підприємствами, такими як: КП «Луганська обласна «Фармація» (553 РТ); «Фармація», Крим (311 РТ); ПОКП «Полтавафарм» (282 РТ); «Фармація», Дніпропетровськ (233 РТ); «Фармація», Київ (208 РТ); а також комерційними оптово-роздрібними об'єднаннями: Група компаній «Аптечний холдинг» (695 РТ), ТОВ «Мед-сервіс» (162 РТ); ФК «Фалбі» (133 РТ) [2, 8]. Узагальнена класифікація аптечних мереж наведена на рис. 2.

На сьогодні на фармацевтичному ринку 75% мегамереж функціонують виключно в межах однієї області, проте завдяки процесам регіональної експансії мережеві структури набирають потужних обертів, що сприяє розвитку національних операторів [8]. Створення та по-

ширення аптечних мереж відбувається за різними напрямками шляхом:

1. реорганізації самостійних аптек у мережу за рахунок органічного зростання;
2. інтеграції самостійних аптек в існуючі мережі;
3. об'єднання різних аптек в єдину мережу;
4. відкриття роздрібних структур виробниками;
5. створення власних аптечних мереж оптовими компаніями.

Враховуючи значні переваги інтегрованих фармацевтичних підприємств та сучасні тенденції, притаманні фармацевтичному ринку, аптечні заклади мають можливість реалізувати ключові аспекти підвищення ефективності діяльності, тобто в умовах загострення конкуренції запропонувати споживачам широкий асортимент якісних товарів за доступними ціна-

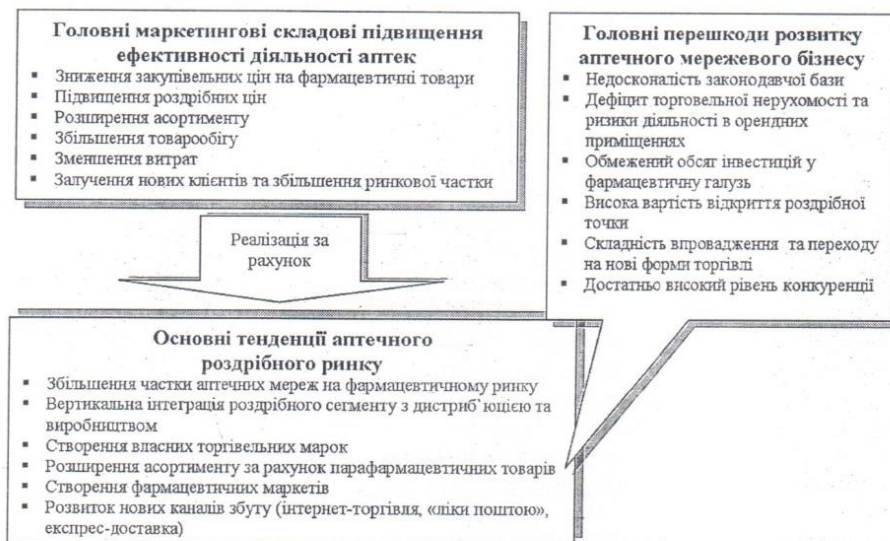


Рис. 3. Підвищення ефективності діяльності аптечних закладів за сучасних умов розвитку фармацевтичної галузі.

ми, високий рівень аптечного сервісу та максимальний спектр послуг. Наведені чинники в найбільш повному обсязі можуть бути реалізовані в аптеках, які входять до складу аптечних мереж або оптово-роздрібних об'єднань. Проте на сьогодні існують реальні проблеми, які перешкоджають розвитку аптечного мережевого бізнесу в Україні. Основні з них у поєднанні з тенденціями та напрямками підвищення ефективності діяльності аптек представлено на рис. 3.

Виходячи з вищевикладеного, можна з великою мірою впевненості прогнозувати подальше поширення мережевої форми торгівлі на вітчизняному фармацевтичному ринку та сформувати основні тенденції розвитку аптечних мереж:

1. реорганізація регіональних аптечних мереж у національні за рахунок регіональної експансії;
2. відкриття фармацевтичних маркетів та торговельних залів в аптеках з відкритою формою торгівлі;
3. оптимізація локалізації роздрібних точок;
4. розширення асортименту;
5. підвищення рівня якості обслуговування клієнтів;
6. формування програм клієнтської лояльності, розширення спектру сервісних послуг;
7. розвиток мережевого бренду та створення власних торговельних марок;
8. ефективне використання функцій маркетингу, логістики із залученням професійно підготовлених фахівців та організація спеціалізованих структурних підрозділів.

У цілому потужні конкурентоспроможні компанії у вигляді вертикально-інтегрованих та горизонтально-інтегрованих організацій зі своєю активною торговельною мережею в умовах загострення боротьби за увагу клієнта здатні зміцнити власне конкурентне середовище шляхом впровадження сучасних технологій управління взаємовідносинами з клієнтами.

ВИСНОВКИ

1. Проведено аналіз сучасних напрямків розвитку ринкової діяльності аптечних підприємств відповідно до тенденцій вітчизняного фармацевтичного ринку.

2. Наведено структуру видів інтеграції фармацевтичних підприємств. Розглянуто економічні та організаційно-правові чинники, на

яких ґрунтуються процеси інтеграції та консолідації.

3. Досліджено структуру аптечного мережевого бізнесу на вітчизняному фармацевтичному ринку та наведено загальну класифікацію аптечних мереж.

4. Встановлено взаємозв'язок головних маркетингових складових підвищення ефективності діяльності аптек із сучасними тенденціями розвитку фармацевтичної галузі.

5. Визначені основні тенденції розвитку аптечного мережевого бізнесу в Україні.

У зв'язку з викладеним доцільним є подальше ретельне вивчення маркетингової діяльності мережевих та немережевих аптек, а також дослідження принципів ідентифікації і сегментації цільової аудиторії, формування лояльності клієнтів та створення клієнтської бази аптечної мережі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бучина А. Тенденции развития аптечных сетей, работающих под единой торговой маркой // Ремедиум. – 2008. – №2. – С. 18-21.
2. Горлова И.С. Обзор фармацевтического рынка Украины по итогам 2007 года // Провизор. – 2008. – №8. – С. 11-18.
3. Дідківська Л.І. Тенденції розвитку роздрібних торговельних мереж та їх вплив на конкурентне середовище // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №8. – С. 119-125.
4. Жахалова С.В. Значимые тенденции в розничном звене фармацевтического рынка Украины // Провизор. – 2007. – №15. – С. 8-11.
5. Кавун О.О. Формування корпоративних торговельних мереж у роздрібній торгівлі України // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №9 (51). – С. 91-97.
6. Колесник М. Сетевое царство аптек // Провизор. – 2007. – №10. – С. 5-6.
7. Кунда Е. Структура аптечных сетей. Часть 1: Украина и Киев // Е-к Аптека. – 2007. – №30. – С. 92-93.
8. Кунда Е. Инфраструктура аптечного рынка. Часть 1: Украина в целом // Е-к Аптека. – 2008. – №19. – С. 82-83.
9. Поляков Н. Аптечный ритейл: куда мчится «локомотив» коммерческой розницы? // Российские аптеки. – 2007. – №9. – С. 10-11.
10. Толстикова И. О возможностях сосуществования различных форм аптечных организаций в современных условиях // Фармацевтический вестник. – 2004. – №17.
11. Чкалова О.В. Интеграция предприятий как направление глобализационных процессов в торговле // Маркетинг. – 2002. – №5. – С. 75-89.

А.С.Бабичева, З.Н.Мишук. Анализ современных направлений развития рыночной деятельности аптечных предприятий. Харьков, Украина.

Ключевые слова: процессы интеграции и консолидации, фармацевтический рынок, аптечные сети.

В работе проанализированы современные направления развития рыночной деятельности аптечных предприятий в соответствии с тенденциями отечественного фармацевтического рынка. Представлена структура видов интеграции фармацевтических предприятий. Рассмотрены экономические и организационно-правовые факторы, на которых базируются процессы интеграции и консолидации. Исследована структура аптечного сетевого бизнеса на отечественном фармацевтическом рынке и представлена общая классификация аптечных сетей. Установлена взаимосвязь главных маркетинговых составляющих повышения эффективности деятельности аптек с сов-

ременными тенденциями развития фармацевтической отрасли. Определены основные тенденции развития аптечного сетевого бизнеса в Украине.

A.S.Babicheva, Z.N.Mnushko. The analysis of modern directions in the development of market activity of the chemist's enterprises. Kharkiv, Ukraine.

Key words: processes of integration and consolidation, the pharmaceutical market, chemist's networks.

In the article modern directions of development of market activity of the chemist's enterprises according to tendencies of the domestic pharmaceutical market are analyzed. The structure of kinds of integration of the pharmaceutical enterprises is presented. Economic and organizational-legal factors on which processes of integration and consolidation are based are considered. The structure of chemist's network business in the domestic pharmaceutical market is researched and the common classification of chemist's networks is presented. The interrelation of the main marketing components of efficiency the activity of drugstores with modern lines of development of pharmaceutical branch is established. The basic tendencies of development of chemist's network business in Ukraine are certain.

Надійшла до редакції 4.09.2008 р.

