

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ АПТЕЧНИХ МЕРЕЖ НА
ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Мнушко З.М., докт.фарм.н., проф., Бабічева Г.С., аспірант
Національний фармацевтичний університет

Постановка проблеми у загальному вигляді, її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Динамічний розвиток фармацевтичного ринку України набирає інтенсивних обертів відповідно до світових тенденцій економічної глобалізації. Цю тезу певною мірою підтверджують процеси інтеграції та консолідації, що відбуваються у вітчизняній фармацевтичній галузі та спричиняють становлення таких нових організаційних структур як корпоративні аптечні мережі, фарммаркети, оптово-роздрібні об'єднання, фармацевтичні холдинги [4,8]. Експерти прогнозують подальший активний розвиток інтегрованих та мережевих аптечних підприємств в Україні, що в свою чергу потребує відповідної науково обгрунтованої характеристики принципів маркетингової діяльності нових організаційних структур [3].

Аналіз останніх досліджень з публікацій, на які спирається автор. 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 [1,2,7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на високу актуальність процесів консолідації та інтеграції у фармацевтичній галузі на сьогодні у вітчизняній науковій літературі недостатньо висвітлені дослідження стосовно сучасних напрямків розвитку ринкової, у тому числі маркетингової, діяльності аптечних підприємств, загальної характеристики нових організаційних структур, переваг та недоліків аптечних мереж, а також, перспектив подальшого розвитку роздрібного ринкового сегменту.

Формулювання цілей статті. Метою даної роботи є дослідження ключових аспектів та основних тенденцій розвитку аптечних мереж на вітчизняному фармацевтичному ринку.

Виклад основного матеріалу досліджень з обгрунтуванням отриманих результатів. Процеси консолідації та інтеграції відбуваються як у виробничому, так і у дистрибуторському секторах фармацевтичної галузі, але найбільш інтенсивного розвитку набуває у роздрібній ланці поширення аптечних мереж. За таких умов постійно змінюється інфраструктура роздрібного ринку, зокрема збільшується частка аптек (майже 50%) на фоні скорочення кількості аптечних пунктів та кіосків [5]. Мережева форма організації роздрібної торгівлі на сьогодні є найбільш динамічно розвиваючою та перспективною, про що свідчать

статистичні дані: за оцінками експертів частка мережевих аптек в Україні складає приблизно 60% [4](рис. 1).

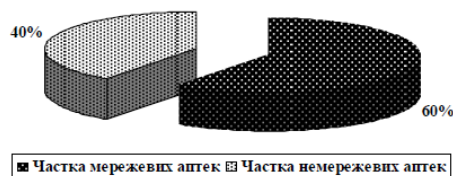


Рис. 1. Структура роздрібного сегменту фармацевтичного ринку України

Слід відзначити, що на вітчизняному фармацевтичному ринку переважають дрібні та середні аптечні мережі, до складу яких входять 5-10 роздрібних точок (РТ) [5]. Найбільш потужні мегамережі представлені здебільшого комунальними підприємствами, такими як КП «Луганська обласна «Фармація» (553 РТ); «Фармація», Крим (311 РТ); ПОКП «Полтава-фарм» (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) [2,6]. Узагальнена класифікація аптечних мереж наведена на рис. 2.



Рис. 2. Типи аптечних мереж

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 [6]. Створення та поширення аптечних мереж відбувається за різними напрямками шляхом:

- реорганізації самостійних аптек в мережу за рахунок органічного зростання;
- інтеграції самостійних аптек в існуючі мережі;

- об'єднання різних аптек в єдину мережу;
- відкриття роздрібних структур виробниками;
- створення власних аптечних мереж оптовими компаніями.

Отже сучасні тенденції розвитку аптечного сегменту фармацевтичного ринку свідчать про надзвичайну актуальність дослідження мережевих структур. З метою вивчення маркетингової діяльності аптечних мереж була розроблена анкета та проведене анкетування керівників аптечних закладів мережевого та немережевого типів. На даному, початковому етапі досліджень опрацьовано фрагменти 122 анкет. Аналіз присвячений розвитку аптечних мереж, вивченню головних принципів та особливостей становлення мережевих аптек.

Результати анкетування свідчать про те, що більшість респондентів (81%) погоджуються з твердженням, що формування аптечних мереж на сьогодні є позитивною тенденцією та достатньо перспективним напрямком розвитку вітчизняного фармацевтичного ринку (рис. 3). Дані стосовно ефективності вирішення маркетингових завдань в аптеках представлені на рисунку 4, з якого видно, що майже для 40% опитуваних ефективність вирішення маркетингових завдань не залежить від організаційної структури аптеки, проте 50% респондентів вважають, що маркетингові завдання більш ефективно вирішуються у мережевих аптеках (рис.4).

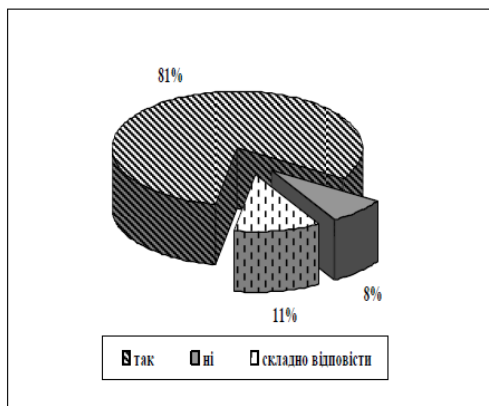


Рис. 3. Ставлення керівників аптек до розвитку мережевих структур

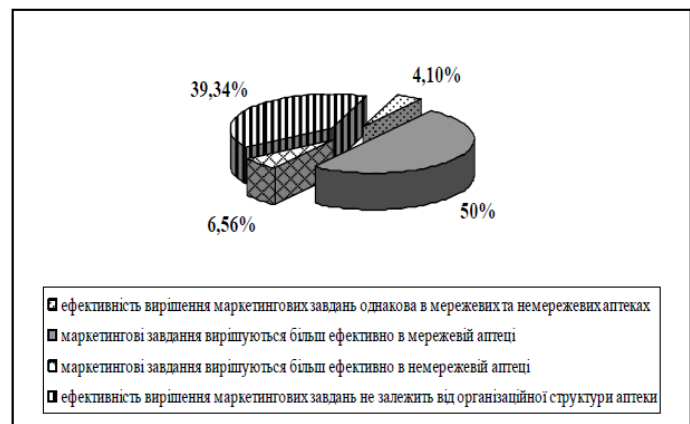
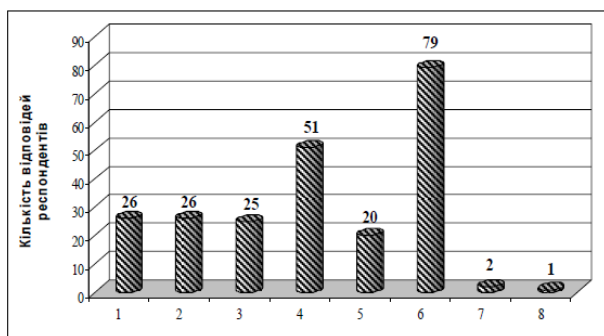


Рис. 4. Ефективність вирішення маркетингових завдань в мережевих та немережевих аптеках

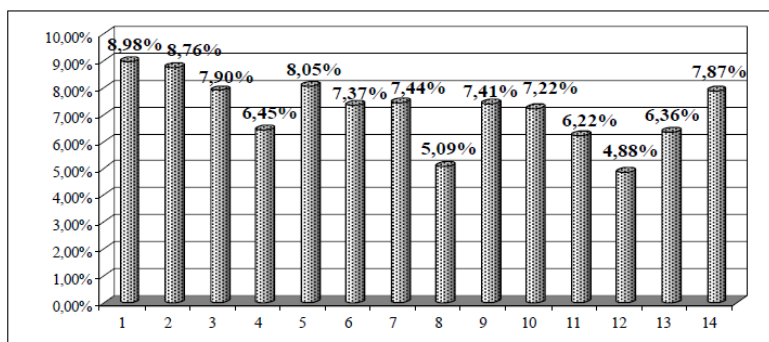
При проведенні дослідження ми також вивчали основні проблеми, які перешкоджають розвитку аптечного мережевого бізнесу в Україні. На думку багатьох керівників серед головних факторів, які негативно впливають на процеси розвитку та розповсюдження аптечних мереж, високу питому вагу займають достатньо жорстка конкуренція та висока вартість відкриття роздрібною точкою, що складає 79 та 51 відповідей з урахуванням можливості вибору кількох варіантів (рис. 5).



- 1 – відсутність законодавчої бази
- 2 – дефіцит нерухомості та ризики роботи в орендних приміщеннях
- 3 – недостатня кількість інвестицій у фармацевтичну галузь
- 4 – висока вартість відкриття роздрібною точки
- 5 – складність впровадження та переходу на нові формати торгівлі
- 6 – достатньо жорстка конкуренція
- Власний варіант:
- 7 – перенасичення ринку роздрібними точками
- 8 – відсутність кваліфікованих кадрів

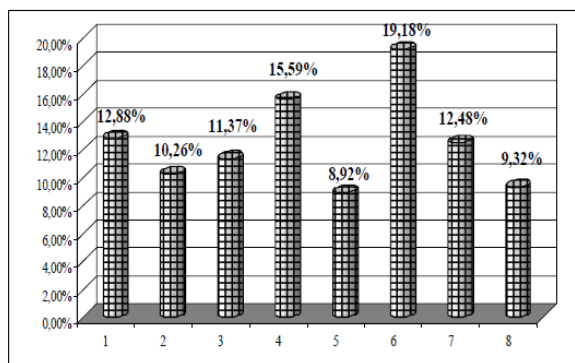
Рис. 5. Фактори, які перешкоджають розвитку аптечних мереж

Згідно з даними анкетування були досліджені головні аспекти маркетингової діяльності мережевих аптек, а також за 10-ти бальною шкалою проведена оцінка переваг та недоліків аптечних мереж, результати якої наведені на рисунках 6 і 7 відповідно. Слід відзначити, що більшість керівників бачать переваги мережевих аптек у питаннях стосовно збільшення товарообігу, зниження закупівельних цін на товари, розширення асортименту, та формування іміджу. Це пояснюється тим, що наведені маркетингові завдання на сьогодні є ключовими аспектами підвищення ефективності діяльності аптек, незважаючи на такі суттєві недоліки мережевих аптек, як обмеження можливостей стосовно прийняття самостійних рішень та проведення гнучкої цінової політики.



- 1 – збільшення товарообігу – зменшення витрат
- 2 – надання знижок на товар від виробників та дистрибуторів завдяки великим обсягам закупівель
- 3 – більш доступний товар для споживачів за рахунок низьких оптових цін
- 4 – розширення асортименту за рахунок парафармацевтичних товарів
- 5 – можливість мати в асортименті дорогі препарати
- 6 – спрощення функції замовлення та механізму постачання товару
- 7 – можливість впровадження сучасного програмно-технічного забезпечення
- 8 – зниження маркетингових ризиків
- 9 – можливість розширення спектру послуг
- 10 – підвищення якості товарів за рахунок зниження кількості посередників
- 11 – можливість створення централізованого відділу маркетингу
- 12 – можливість залучення до штату спеціалістів з маркетингу
- 13 – висока мотивація персоналу та мобільне навчання співробітників
- 14 – єдиний фірмовий стиль - формування та підтримка іміджу

Рис. 6. Переваги аптечних мереж



- 1 – висока капіталоємність
- 2 – стандартний та універсальний підхід у питаннях стосовно асортименту
- 3 – відсутність оперативного реагування на дефектуру
- 4 – відсутність можливості вести гнучку цінову політику
- 5 – повільна адаптація до змін на регіональних ринках
- 6 – відсутність можливості прийняття самостійних рішень
- 7 – зниження мотивації та обмеження прав керівництва
- 8 – складність організації контролю за діяльністю мережевих аптек

Рис. 7. Недоліки аптечних мереж

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

- реорганізація регіональних аптечних мереж в національні за рахунок регіональної експансії;
- відкриття фармацевтичних маркетів та торговельних залів в аптеках з відкритим форматом торгівлі;
- оптимізація локалізації роздрібних точок;
- розширення асортименту;
- підвищення рівня якості обслуговування клієнтів;
- розширення спектру сервісних послуг;
- розвиток мережевого бренду та створення власних торговельних марок;
- ефективне використання функцій маркетингу, логістики з залученням професійно підготовлених фахівців та організація спеціалізованих структурних підрозділів.

Перспективні напрямки подальших досліджень. В умовах зростаючої конкуренції та загострення боротьби за увагу клієнта на вітчизняному фармацевтичному ринку актуальним є створення як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях потужних конкурентоспроможних компаній у вигляді вертикально-інтегрованих та горизонтально-інтегрованих систем – оптово-роздрібних об'єднань, холдингів, корпорацій зі своєю активною торговельною мережею. У зв'язку з цим доцільним є подальше ретельне вивчення маркетингової діяльності мережевих та немережевих аптек, а також дослідження кадрового забезпечення вирішення маркетингових завдань сучасних фармацевтичних організаційно-інтегрованих підприємств.

Висновки:

1. Проведено аналіз сучасних тенденцій на вітчизняному фармацевтичному ринку.
2. Наведено загальну класифікацію аптечних мереж.
3. Проаналізовано результати анкетування керівників аптек, виділені ключові аспекти

становлення та розвитку аптечних мереж. Сформовано прогноз подальшого розвитку аптечного мережевого бізнесу в Україні.

Перелік використаної літератури

1. Бучина, А. Тенденции развития аптечных сетей, работающих под единой торговой маркой / А. Бучина, С. Гоголева, И. Хоменчук // 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. Кунда Е. Структура аптечных сетей часть 1: Украина и Киев // Е-к Аптека. – 2007. - № 30. – С. 92-93.
6. Кунда Е. Инфраструктура аптечного рынка часть 1: Украина в целом / Е. Кунда, Е. Кармалита // Е-к Аптека. – 2008. - № 19. – С. 82-83.
7. Поляков, Н. Аптечный ритейл: куда мчится «локомотив» коммерческой розницы? // Российские аптеки.–2007. - № 9.–С. 10-11.
8. Старенькая И. Ключевые факторы развития украинского фармацевтического рынка: ожидания, прогнозы, перспективы // Здоровье Украины. – 2007. - № 6. – С. 76-77.

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ НА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОМ РЫНКЕ УКРАИНЫ

Мнушко З.Н., д.фарм.н., проф., Бабичева А.С., аспирант

Проведен анализ современных тенденций на отечественном фармацевтическом рынке. Представлена общая классификация аптечных сетей. Проанализированы результаты анкетирования руководителей аптек, выделены ключевые аспекты становления и развития аптечных сетей. Сформирован прогноз дальнейшего развития аптечного сетевого бизнеса в Украине.

KEY ASPECTS OF BECOMING AND DEVELOPMENT OF CHEMIST'S NETWORKS IN UKRAINIAN PHARMACEUTICAL MARKET

Mnushko Z.N., doct., professor, Babicheva A.S., the post-graduate student

The analysis of modern lines in the domestic pharmaceutical market is lead. The common classification of chemist's networks is presented. Results of questioning of chemist's managers are analyzed, key aspects of becoming and development of chemist's networks are allocated. The forecast of the further development of chemist's network business in Ukraine is generated.