# современные тенденции и особенности функционирования аптечных операторов на российском фармацевтическом рынке

*Предметом изучения экономики аптечных учреждений является эффективное использование ограниченных ресурсов лекарственных препаратов (ЛП) или управление ими для максимального удовлетворения спроса на уровне отдельной организации.*

Главной особенностью деятельности аптеки, которая определяет ее экономику, является одновременное совмещение нескольких функций – медицинской, производственной, маркетинговой, сбытовой, информационной.

Около половины лекарств отпускается строго по рецептам врача. Это выполнение медицинской функции, однако, такое ограничение в отпуске сдерживает объем реализации. Лекарственные средства – особый медицинский товар, к его качеству, хранению предъявляются повышенные требования, что увеличивает расходы аптек. Сотрудники аптек должны оказывать первую доврачебную помощь, которая осуществляется бесплатно, что также увеличивает расходы.

## От чего зависит доход аптек

Расходы аптеки связаны с особенностями выполнения производственной функции, которая заключается в следующем:

– приготовление ЛП по индивидуальным прописям и мелкосерийное изготовление,

– особые требования к составу помещений (асептический блок, ассистентская, кабинет провизора),

– трудовые затраты на приготовление лекарственных препаратов,

**Дзагоева А.Р.**
*ассистентка
кафедры
маркетинга
Северо-Осетинского
государственного
университета
им. К.Л. Хетагурова*

> ***лекарственные средства – особый медицинский товар, к его качеству, хранению предъявляются повышенные требования, что увеличивает расходы аптек***

– использование дополнительной энергии для обеспечения процесса производства (например, для получения воды очищенной).

Спецификой деятельности аптек определяются особенности в экономике:

– более низкий (чем в торговле) темп роста продаж,

– формирование спроса на ЛП (наличие промежуточных потребителей),

– сравнительно высокий уровень издержек,

– несовершенство ценообразования,

– замедленная оборачиваемость товаров.

От этого зависит величина экономических показателей деятельности аптеки (валовый доход, валовая прибыль, чистая прибыль, издержки).

### Неценовая конкуренция

Прогрессивное развитие розничного фармацевтического рынка России характеризуется жесткой конкуренцией (ценовой и неценовой). При этом неценовая конкуренция более принципиальна для определения перспектив развития аптечного бизнеса.

Так, ценовая конкуренция определяется разбросом цен аптечных операторов локального рынка. Однако, очевидно, что потребитель зачастую руководствуется не ценой, а качеством препарата, расположением (близостью) аптеки и уровнем доверия к ней. В этих условиях операторам следует больше внимания уделять методам неценовой конкуренции (ассортимент, дополнительные услуги, уровень квалификации первостольников и т.д.).

Одним из направлений неценовой конкуренции является развитие аптечных сетей. Объединение аптек, как государственных, так и частных, становится общероссийской тенденцией. Динамика оборота в сетевой рознице значительно превышает среднюю динамику по рынку. Прирост оборота на 1 сетевую аптеку в среднем составляет 25-35%, для единичной аптеки эти цифры ниже – 15-20% [1].

Основными целями объединения аптек можно назвать:

– создание единой ценовой и ассортиментной политики,

рецепт удачи

– повышение качества управления и обслуживания,
– централизация закупок, которая создает возможность усилить контроль над качеством приобретаемых лекарств.

В условиях конкуренции любая организация должна постоянно анализировать рыночную ситуацию, уметь составлять прогноз ее развития и быстро адаптировать свою деятельность к происходящим изменениям.

Рост конкуренции вызвал изменения и в ассортиментной политике: привел к диверсификации ассортимента, его изменению в качественном и количественном отношении, ведению самостоятельного ценообразования. Эти изменения коснулись и ЛП, и парафармацевтических товаров (пищевые добавки, БАД, диетическое питание, травяные чаи, санитарно-гигиенические средства, лечебная косметика), и медицинской техники.

## *Планирование ассортимента*

При сложившейся жесткой конкуренции наиболее важным и актуальным является правильно спланированный ассортимент. Поэтому большую популярность сейчас приобретают методы анализа ассортимента – как для обеспечения роста продаж и рентабельности, так и для формирования наиболее оптимального по номенклатуре товарного запаса [3].

Для анализа ассортимента можно определять рентабельность по каждому наименованию и применять АВС-анализ. В его основе лежит принцип Парето, согласно которому 20% ассортиментных позиций приносят 80% прибыли. На практике при АВС-анализе все полученные наименования лекарственных средств распределяют на несколько групп:
– группа А характеризует высокооборачиваемые ЛП, они составляют 10% ассортимента и дают 80% оборота;
– группа В – среднеоборачиваемые, на долю которых приходится 15% позиций; 15% товарооборота;
– группа С – низкооборачиваемые (около 75% товарных позиций); 5% от оборота.

***сотрудники аптек должны оказывать первую доврачебную помощь, которая осуществляется бесплатно***

Дополнительно в настоящее время при анализе аптечного ассортимента во многих аптечных организациях выделяют группу D – высокодоходные ЛП.

АВС-анализ позволяет:

– определить оптимальные запасы ЛС и парафармацевтической продукции по наименованиям аптечного ассортимента, в наибольшей степени влияющим на товарооборот, с целью исключения дефектов и отказов;

– дифференцированно решать вопросы ценообразования;

– более эффективно использовать собственные и заемные оборотные средства;

– выделять приоритетных поставщиков, разрабатывать новые условия работы с поставщиками.

## *Расходы на запасы*

Запасы аптеки должны формироваться дифференцированно, исходя из степени влияния каждой группы на оборот и в зависимости от спроса на них. В первую очередь пополняются запасы ассортимента, имеющие более высокую скорость реализации и лучший маркетинговый потенциал.

Структуру аптечного ассортимента составляют обязательные товары. При отсутствии обязательного ассортимента у розничной аптечной организации могут возникнуть сложности при лицензировании фармацевтической деятельности [2]. Вместе с тем руководителю необходимо постоянно следить за динамикой продаж препаратов обязательного перечня и других, регламентируемых к отпуску позиций с тем, чтобы держать минимум запаса по малоходовым препаратам. Используются следующие методы контроля ассортимента: движение товара во времени, сравнение уровня продаж сходных ЛП, оборачиваемость за определенный промежуток времени, применение торговой наценки [3].

Также формируется свободный ассортимент с учетом заболеваемости населения, расположения близлежащих к аптеке лечебно-профилактических учреждений. Например, детская поликлиника, женская консультация влияют на формирование ассортимента с большей

***при выборе потребитель зачастую руководствуется не уровнем цен, а качеством препаратов, расположением (близостью) аптеки и наличием доверия к ней***

долей товаров для детей, для новорожденных. Также учитывается фактор сезонности спроса (например, повышенный спрос у населения в осенне-зимнее время на противопростудные препараты, препараты для профилактики и лечения гриппа, лекарства для повышения иммунитета) и т.д.

## *Выводы*

Обобщая вышесказанное, можно сделать общие выводы:

1. Аптека как учреждение здравоохранения, выполняет ряд социально значимых функций, некоторые из которых являются низкорентабельными (изготовление ЛП по индивидуальным прописям и мелкосерийное изготовление, отпуск лекарств по рецептам врача, в том числе по бесплатным, льготным и т. д.). Тем не менее, правильно организованный аптечный бизнес должен приносить прибыль, но в условиях строгого соблюдения всех норм и требований.
2. На сегодняшний день рынок лекарственных средств характеризуется жесткой конкуренцией. В этих условиях для аптечного предприятия актуально изучение таких экономических явлений, как конкуренция и конкурентоспособность хозяйствующих субъектов на фармацевтическом рынке, создание оптимальных механизмов управления, обеспечивающих преимущества перед конкурентами.
3. Наиболее перспективным является механизм развития сетевых аптек с целью увеличения оборота, снижения цен на лекарства, увеличения ассортимента. Таким образом, достигаются такие цели, как повышение конкурентоспособности товара и максимальное удовлетворение потребителей.
4. Рыночные условия вызвали изменения и в ассортиментной политике. Для правильно спланированного аптечного ассортимента целесообразно применять АВС-анализ, который позволяет оптимизировать закупочную деятельность, а также способствует повышению рентабельности.

## *Литература*

1. Федеральный Закон от 22 июня 1998 г. «О лекарственных средствах» с. 1.
2. Фармацевтический рынок России. Аналитический обзор. Ноябрь 2007 г.
3. Славутич-Приступа А.С. Формирование ассортимента в аптеках// Экономический вестник фармации. – 2004.– №3. – с. 38.