

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, РЕАЛИЗУЕМЫХ РАЗНЫЕ ПОРТФЕЛИ БИЗНЕС-ЕДИНИЦ

[Е. Е. Чупандина](#), [О. А. Еригова](#)

ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет» (г. Воронеж)

На основании анкетирования экспертов в работе выявлены различия между аптечными организациями, реализуемых разные портфели бизнес-единиц. Было изучено время нахождения на фармацевтическом рынке, количество ассортиментных позиций, структура реализуемых товаров и услуг, факторы конкурентоспособности, стратегии развития, мероприятия по повышению конкурентоспособности. На основании полученных данных сформированы рекомендации для двух групп аптечных организаций — реализующих и не реализующих отпуск лекарственных препаратов на бесплатной или льготной основе.

Ключевые слова: конкурентоспособность аптечных организаций, факторы конкурентоспособности аптечных организаций, стратегия развития аптечной организации, мероприятия по повышению конкурентоспособности аптечной организации.

Чупандина Елена Евгеньевна — доктор фармацевтических наук, доцент, заведующий кафедрой управления и экономики фармации и фармакогнозии ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет», рабочий телефон: 8 (473) 239-05-45, e-mail: chupandina@vsu.ru

Еригова Оксана Андреевна — ассистент кафедры управления и экономики фармации и фармакогнозии ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет», рабочий телефон: 8 (473) 239-05-45, e-mail: oerigova@mail.ru

Актуальность. Фармацевтический рынок Воронежской области представляет собой динамичный специализированный рынок с высоким уровнем конкуренции. Общеизвестно, что конкурентоспособность организации представляет собой комплексный и динамический показатель, который формируется под влиянием значительного числа факторов конкурентоспособности. Фактор конкурентоспособности — непосредственная

причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности, где критерий — это качественная и (или) количественная характеристика объекта конкурентоспособности [7]. В настоящий момент конкурентоспособность аптечных организаций как объект исследования изучена довольно подробно [7, 9, 10]. Наибольшее число работ посвящено разработке методик по оценке конкурентоспособности аптечной организации [2, 4], изучению стратегий конкурентоспособности [5], исследованию влияния таких факторов как маркетинговые коммуникации [3, 8, 6], потребительские предпочтения [11], качество обслуживания [1].

Вместе с тем, до настоящего момента недостаточно исследован такой критерий конкурентоспособности как набор бизнес-единиц в портфеле аптечной организации, в частности, наличие льготного лекарственного обеспечения. Под бизнес-единицами нами понимается совокупность сегментов розничного фармацевтического рынка, где позиционирует свой бизнес аптечная организация (готовые лекарственные средства рецептурного или безрецептурного отпуска, отпуск лекарственных препаратов бесплатно или на льготных основаниях, производственная деятельность и др.).

В нашем исследовании мы поставили цели проанализировать:

1. факторы конкурентоспособности аптечных организаций, участвующих в реализации бесплатного и льготного отпуска, сравнить их с аналогичными в аптечных организациях, не имеющих этой бизнес-единицы;
2. изучить сложившиеся практики аптечных организаций с разными бизнес-портфелями по поддержанию конкурентоспособности.

Методика исследования. Методом исследования был выбран опрос. Основой формирования выборки выступили квалификация экспертов, их компетентность и опыт работы в сфере обращения лекарственных средств не менее пяти лет.

Сбор информации проводился в 2014–2015 годах в г. Воронеже с использованием авторской анкеты, структура которой включала три раздела: общая характеристика аптечных организаций, исследование факторов конкурентоспособности, изучение стратегий развития и мероприятий по повышению конкурентоспособности аптечных организаций. Респонденты, которые отказывались давать какие бы то ни было ответы на вопросы анкеты, были исключены из анализа. Таким образом, всего в исследование были включены 164 анкеты специалистов из разных аптечных организаций.

Характеристики экспертов по критериям квалификации (провизоры-фармацевты), стажу работы и занимаемой должности (руководящий состав, фармацевтические работники) свидетельствуют о достаточном объеме и составе экспертов для достоверности настоящего локального исследования (рис. 1-3).



Рис. 1. Характеристика респондентов по квалификации

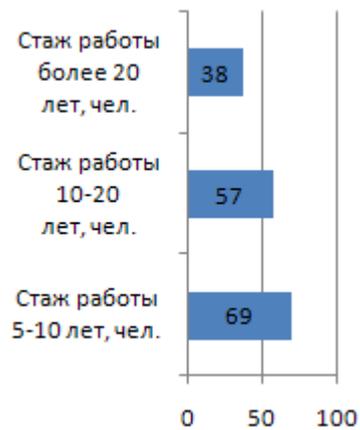


Рис. 2. Характеристика респондентов по стажу работы



Рис. 3. Характеристика респондентов по занимаемой должности

Анализ и интерпретация результатов

Общая характеристика аптечных организаций, участвующих в исследовании.

Совокупность аптечных организаций, работники которых выступили респондентами, была разделена на 2 группы. Критерием деления выступило наличие/отсутствие в портфеле аптечной организации бизнес-единицы по реализации лекарственных препаратов бесплатно и на льготной основе.

В 1-ю группу (аптечные организации, осуществляющие бесплатный и льготный отпуск

лекарственных препаратов) вошло 23 организации, что составило 14 % от исследуемой совокупности. Вторая группа представлена 141-й аптечной организацией. Значительное большинство аптечных организаций 1-й группы (22 из 23) находится на рынке более 20 лет и относится к казенному учреждению «Воронежфармация». Представители 2-й группы почти равномерно распределились по времени нахождения на рынке (рис. 4).

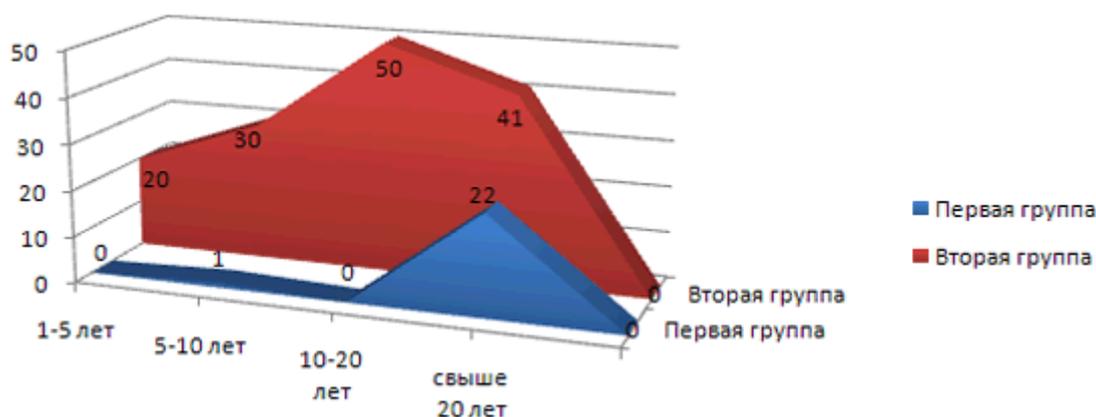


Рис. 4. Распределение аптечных организаций по времени нахождения на рынке

Наблюдается расхождение между группами по показателю «Число ассортиментных позиций». Аптечные организации 1-й группы имеют ассортимент не более 5000 наименований. Максимальный показатель для 1-й группы — 5000 ед., для 2-й — 20 000 ед.

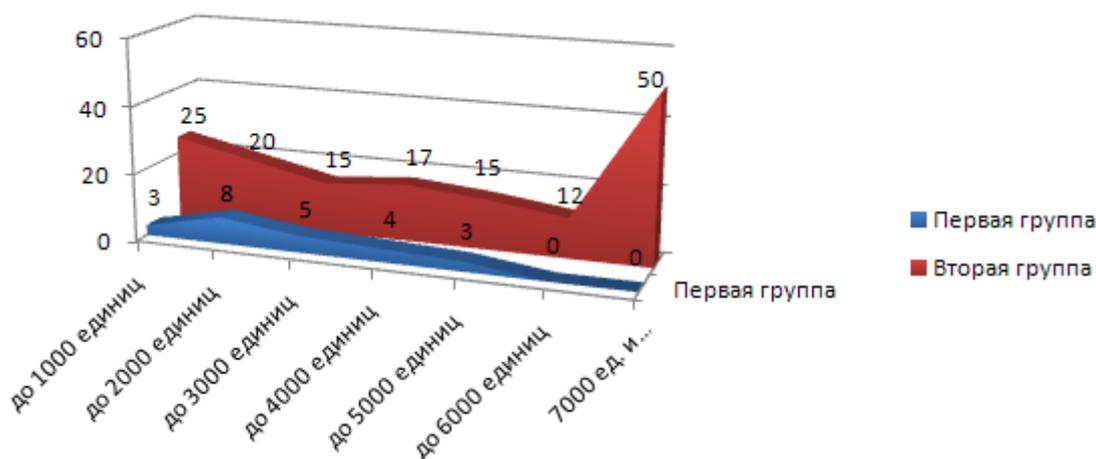


Рис. 5. Сравнительный анализ числа объектов 1-й и 2-й групп по числу ассортиментных позиций

Структурное распределение аптечных организаций по числу ассортиментных единиц в группах указывает на то, что в 1-й группе большая доля организаций работает с ассортиментом до 2000 ед. (35 %) и 3000 ед. (22 %). Во 2-й группе наибольшая доля принадлежит аптечным организациям с ассортиментом до 1000 ед. (18 %), до 2000 ед. (14 %) и до 4000 ед. (12 %), рис. 6, 7.

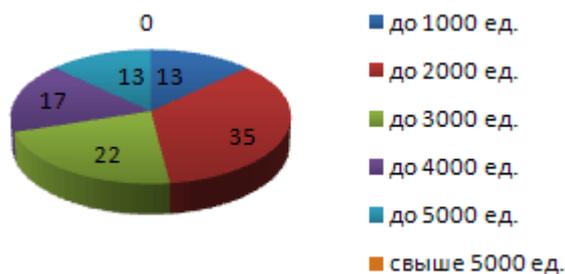


Рис. 6. Распределение аптечных организаций в 1-й группе, %

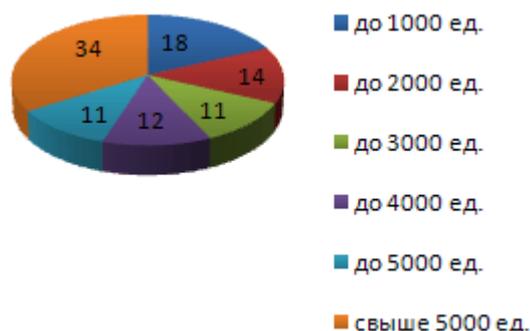


Рис. 7. Распределение аптечных организаций во 2-й группе, %

Изучение спектра реализуемых товаров и услуг в выделенных группах показало, что они схожи, что объясняется действием статьи 55 Федерального закона от 12.04.2010 № 61 «Об обращении лекарственных средств». По структуре реализуемых товаров и услуг наблюдается небольшое расхождение. В частности, для 65 % аптечных организаций 1-й группы характерно наличие производственной функции, в то время как у 2-й группы этот показатель составляет 6 %. Отмечается разная степень активности в формировании номенклатуры и оказываемых услугах. Аптечные организации 2-й группы более активно вводят в свою номенклатуру новые группы товаров и фармацевтические услуги. За время существования на рынке 70 % аптечных организаций, не участвующих в бесплатном и льготном отпуске, увеличили свой спектр оказываемых услуг, в то время как во 2-й группе таких организаций 21 %.

Отмечаются различия во мнениях респондентов по поводу наиболее прибыльных групп товаров. Для аптечных организаций, реализующих бесплатное и льготное лекарственное обеспечение, это лекарственные препараты, биологические добавки и медицинские изделия. Следует отметить, что респондентами дополнительно были выделены бесплатный и льготный отпуск и изготовление индивидуальных лекарственных препаратов как приносящие наибольшую прибыль среди лекарственных препаратов. Во 2-й группе указаны лекарственные препараты, биологические добавки, парфюмерные и косметические средства.

Аптечные организации в равной степени используют закрытые и открытые формы выкладки товара при продажах. Приблизительно 22 % используют традиционную (закрытую) форму выкладки.

Исследование факторов конкурентоспособности. Для исследования факторов конкурентоспособности аптечных организаций нами были проанализированы научные статьи по предметной области и сформирован перечень факторов по трем составляющим конкурентоспособности, как интегрального показателя: конкурентоспособность предложения на рынке (конкурентоспособность портфеля), ресурсов организации,

менеджмента и предпринимательской идеи. Экспертным путем были отобраны наиболее важные для аптечных организаций города Воронежа и области: ассортиментная и ценовая политика организации, финансовое положение организации, кадровая обеспеченность и местоположение аптечной организации. Результаты отбора показывают, что для аптечных организаций важны факторы текущей (ассортимент товаров и услуг и их цена) и долгосрочной конкурентоспособности (финансовое состояние организации, кадровое обеспечение). Это указывает на то, что в формировании конкурентоспособности аптечные организации ограничиваются использованием оперативного и тактического уровня и отсутствием стратегического уровня, для которого характерно обеспечение инвестиционной привлекательности и рост рыночной стоимости организации.

Сравнительный анализ значимости факторов для каждой группы аптечных организаций был проведен методом ранжирования.

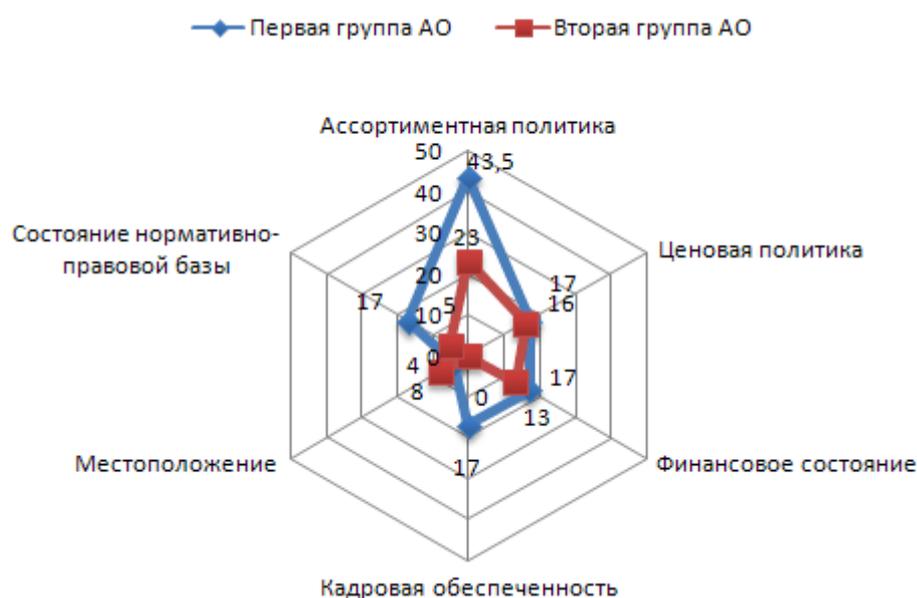


Рис. 8. Контуры «карты факторов конкурентоспособности» для аптечных организаций 1-й и 2-й групп

Как следует из рис. 8, значимость факторов конкурентоспособности различна для аптечных организаций разных групп. При равнозначности факторов ассортиментной и ценовой политики для 1-й группы наиболее значимыми оказались факторы: состояние нормативно-правовой обеспеченности фармацевтической деятельности, кадровое обеспечение и на последнем месте местоположение аптечной организации. Для 2-й группы наиболее значимыми оказались факторы: финансовое состояние организации, местоположение и кадровое обеспечение.

Разница в оценке факторов, по нашему мнению, может быть объяснена наличием в бизнес-портфеле отпуска лекарственных препаратов бесплатно или на льготных основаниях. В частности, ориентация государства на сохранение социальных программ для населения в условиях ухудшения макроэкономических показателей, включая лекарственное обеспечение, реализация проектов по импортозамещению лекарственных препаратов, входящих в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных средств (Приказ Минпромторга РФ от 23.10.2009 N 965 «Об утверждении Стратегии развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года»), находят отражение в нормативно-правовой документации по обеспечению государственных гарантий в области лекарственного обеспечения. Эти изменения

в большей части касаются аптечных организаций, участвующих в реализации бесплатного и льготного отпуска лекарственных препаратов, требуют наличия специалистов, обладающих большими компетенциями, нежели в аптечных организациях 2-й группы. Отсутствие потребительских предпочтений в выборе аптечной организации при обеспечении бесплатного и льготного отпуска лекарственных препаратов объясняет невысокую значимость фактора местоположения аптечной организации.

Выявленные расхождения, по нашему мнению, должны найти подтверждение в реализуемых стратегиях развития и поддержании конкурентоспособности аптечных организаций из разных групп.

Изучение стратегий развития и мероприятий по повышению конкурентоспособности. Ответы респондентов на вопрос наличия/отсутствия стратегии развития подтверждают ориентацию аптечных организаций на текущий и долгосрочный ориентиры в своей деятельности. Отсутствие стратегических планов развития отмечают 82 % респондентов в 1-й группе и 91 % — во 2-й группе. Вместе с тем, при ранжировании стратегий, приводящих к повышению конкурентоспособности, респонденты обеих групп были единодушны в ответах и указали следующую последовательность стратегий по их значимости: стратегия увеличения доли рынка, стратегия снижения издержек и стратегия фокусирования.

Для изучения путей и методов повышения конкурентоспособности, практически используемых аптечными организациями разных групп, респондентам был предложен перечень мероприятий, сформированный авторами на основе научных публикаций по предметной области исследований.

По результатам опроса респонденты из обеих групп выбрали пять одинаково значимых мероприятий из предложенных: стимулирование сбыта путем проведения акций, скидков, специальных предложений; повышение качества услуг; расширение спектра дополнительных услуг, совершенствование и развитие кадрового потенциала; заказ дорогостоящих и редких лекарственных препаратов, в том числе через Интернет.



Рис. 9. Перечень мероприятий по повышению конкурентоспособности аптечных организаций в г. Воронеже

Контуры мероприятий по повышению конкурентоспособности логично повторяют выявленную разницу в выборе наиболее значимых факторов для аптечных организаций

из разных групп (рис. 9). По мнению респондентов, руководителям аптечных организаций, участвующих в реализации бесплатного и льготного лекарственного обеспечения, в первую очередь, при формировании программы конкурентоспособности необходимо обратить внимание на стимулирующие мероприятия по продвижению товара и качество предоставляемых услуг, а также совершенствование и развитие кадрового потенциала. Для 2-й группы наиболее востребованными являются расширение спектра дополнительных услуг и стимулирование сбыта товара.

Выводы. Результаты проведенного исследования не выявили существенных расхождений по набору факторов конкурентоспособности и мероприятий по повышению конкурентоспособности в аптечных организациях с разными наборами бизнес-единиц в портфеле. Вместе с тем, установлена различная значимость факторов конкурентоспособности для аптечных организаций с непохожими бизнес-портфелями, что нашло отражение в рекомендациях по повышению их конкурентоспособности.

Для аптечных организаций, реализующих лекарственные препараты бесплатно и на льготной основе, рекомендовано:

1. при формировании ассортиментного портфеля расширить группу парфюмерно-косметических средств, как группу товара, приносящего прибыль прочим аптечным организациям;
2. проведение дополнительного обучения персонала, направленного на повышение качества обслуживания, изучение нормативно-правового регулирования отпуска лекарственных препаратов на бесплатной и льготной основе, предоставление грамотных рекомендаций и консультаций посетителей;
3. проведение мероприятий, направленных на потребителя и стимулирование сбыта путем проведения акций, скидок, специальных предложений, заказа дорогостоящих и редких лекарственных препаратов, в том числе через Интернет.

Для аптечных организаций, не реализующих лекарственные препараты бесплатно и на льготной основе, рекомендовано:

1. уделять значительное внимание выбору месторасположения аптечной организации на этапе открытия, изучить проходимость, возможные целевые группы;
2. расширять ассортиментные позиции, представленные в аптечной организации, и спектр дополнительных услуг, оказываемых аптечной организацией;
3. в процессе деятельности необходимо прогнозирование финансирования, расходов и получения прибыли при планировании различных мероприятий, формировании ассортимента и проведении закупок;
4. оценить возможность участия в государственных социальных программах.

Список литературы

1. Афанасьев А. А. Влияние качества обслуживания на выручку аптек в условиях конкуренции [Электронный ресурс] / А. А. Афанасьев // Маркетинг в России и за рубежом. — 2005. — № 3. — Режим доступа : (<http://www.mavriz.ru/articles/2005/3/4401.html>). — Дата обращения : 28.06.2015.
2. Василенко И. Л. Изучение конкурентоспособности аптеки [Электронный ресурс] / И. Л. Василенко // Экономический вестник фармации. — 2004. — № 8. — Режим доступа : (<http://www.alppp.ru/law/informacija-i-informatizacija/44/statja—metod-nablyudenija-kak-sposob-vyjavlenija-problem-v-obsluzhivanii-posetitelej-apte.html>). — Дата обращения : 25.06.2015

3. Грикова Е. И. Маркетинговые коммуникации как фактор, повышающий конкурентоспособность аптечной организации / Е. И. Грикова, М. М. Курашов // Ремедиум. — 2011. — № 11. — С. 49-52.
4. Гурина Д. О. Факторы повышения конкурентоспособности современных фармацевтических организаций [Электронный ресурс] / Д. О. Гурина, О. А. Сазыкина // Современные научные исследования и инновации. — 2015. — № 2. — Режим доступа : (<http://web.snauka.ru/issues/2015/02/47024>). — Дата обращения : 28.06.2015.
5. Джупарова И. А. Конкурентная стратегия аптечной организации [Электронный ресурс] / И. А. Джупарова, И. А. Голубева // Медицина и образование в Сибири : сетевое научное издание. — 2011. — № 5. — Режим доступа : (<http://www.ngmu.ru/cozo/mos/article/pdf.php?id=523>). — Дата обращения : 25.06.2015.
6. Джупарова И. А. Применение технологий бенчмаркинга для повышения конкурентоспособности аптечных организаций / И. А. Джупарова, С. Н. Сбоева, Ю. В. Белова // Вестн. НГУ. Сер. Социально-экономические науки. — 2010. — № 2. — С. 93-109.
7. Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью / Е. И. Мазилкина, Т. Г. Паничкина. — М. : Омега-Л, 2007. — 325 с.
8. Сеницына М. Е. Повышение конкурентоспособности организаций методом внедрения мерчандайзинговых технологий / М. Е. Сеницына // Инвестрегион. — 2012. — № 1. — С. 46-53.
9. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. — М. : Эксмо, 2004. — 544 с.
10. Чайникова Л. Н. Конкурентоспособность предприятия / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. — Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. — 192 с.
11. Юшко Н. Н. Оценка потребительских предпочтений как основного элемента конкурентоспособности аптеки [Электронный ресурс] / Н. Н. Юшко // Региональная экономика : теория и практика. — 2007. — № 15 (54). — Режим доступа : (<http://www.fin-izdat.ru/journal/region/detail.php?ID=8319>). — Дата обращения : 28.06.2015.

RESEARCH OF COMPETITIVENESS FACTORS OF PHARMACEUTICAL ORGANIZATIONS REALIZED DIFFERENT PORTFOLIOS OF BUSINESS UNITS

E. E. Chupandina, O. A. Erigova

FSBEI HPE «Voronezh state university» (Voronezh)

Distinctions between the pharmaceutical organizations, realized different portfolios of business units are revealed in the work on the basis of questioning of experts. The time spent on the pharmaceutical market, quantity of assortment positions, structure of the realized goods and services, factors of competitiveness, strategy of development, action for competitiveness increase were studied. On the basis of the obtained data recommendations for two groups of the pharmaceutical organizations — issuing medicines on a free or preferential basis and the ones that are not issuing are created.

Keywords: competitiveness of the pharmaceutical organizations, factors of competitiveness of the pharmaceutical organizations, strategy of development of the pharmaceutical organization, action for increase of competitiveness of the pharmaceutical organization.

About authors:

Chupandina Elena Evgenyevna — doctor of pharmaceutical science, head of chair of management and economy of pharmaceutics and pharmacognosy of pharmaceutical faculty, the first vice rector — the vice rector on educational activity at FSBEI HPE «Voronezh state university», office phone: +7 (473) 220-87-31, e-mail: chupandina@vsu.ru

Erigova Oksana Andreevna — assistant of chair of management and economy of pharmaceutics and pharmacognosy of pharmaceutical faculty at FSBEI HPE «Voronezh state university», office phone: 8 (473) 239-05-45, e-mail: oerigova@mail.ru

List of the Literature:

1. Afanasyev A. A. Influence of quality of service on revenue of drugstores in the conditions of the competition of [electron resource] / A. A. Afanasyev // Marketing in Russia and abroad. — 2005. — N 3. — Access mode : (<http://www.mavriz.ru/articles/2005/3/4401.html>). — Access date : 28.06.2015.
2. Vasilenko I. L. Studying of competitiveness of a drugstore [electron resource] / I. L. Vasilenko // Economic messenger of pharmacy. — 2004. — N 8. — Access mode : (<http://www.alppp.ru/law/informacija-i-informatizacija/44/statja—metod-nablyudenija-kak-s-posob-vyjavlenija-problem-v-obluzhivanii-posetitelej-apte.html>). — Access date : 25.06.2015
3. Grikova E. I. Marketing communications as the factor increasing competitiveness of the pharmaceutical organization / E. I. Grikova, M. M. Kurashov // Remedium. — 2011. — N 11. — P. 49-52.

4. Gurina D. O. Factors of increase of competitiveness of the modern pharmaceutical organizations [electron resource] / D. O. Gurina, O. A. Sazykin // Modern scientific researches and innovations. — 2015. — No. 2. — Access mode: (<http://web.snauka.ru/issues/2015/02/47024>). — Access date: 28.06.2015.
5. Dzhuparova I. A. Competitive strategy of the pharmaceutical organization [electron resource] / I. A. Dzhuparova, I. A. Golubeva // Medicine and education in Siberia: online scientific publication. — 2011. — N 5. — Access mode: (<http://www.ngmu.ru/cozo/mos/article/pdf.php?id=523>). — Access date: 25.06.2015.
6. Dzhuparova I. A. Application of technologies of benchmarking for increase of competitiveness of the pharmaceutical organizations / I. A. Dzhuparova, S. N. Sboyev, Y. V. Belov // Bullrton of NSU. Series. Social and economic sciences. — 2010. — N 2. — P. 93-109.
7. Mazilkina E. I. Management of competitiveness / E. I. Mazilkina, T. G. Panichkin. — M.: Omega-L, 2007. — 325 P.
8. Sinitsyna M. E. Increase of competitiveness of the organizations by an introduction of method of merchandizing technologies / M. E. Sinitsyna // Investregion. — 2012. — N 1. — P. 46-53.
9. Fatkhutdinov R. A. Management of competitiveness of the organization / R. A. Fatkhutdinov. — M.: Exmo, 2004. — 544 P.
10. Chaynikova L. N. Competitiveness of the enterprise / L. N. Chaynikova, V. N. Chaynikov. — Tambov: Publishing house of TSTU, 2007. — 192 P.
11. Yushko N. N. Assessment of consumer preferences as basic element of competitiveness of a drugstore [electron resource] / N. N. Yushko // Regional economy: theory and practice. — 2007. — N 15 (54). — Access mode: (<http://www.fin-izdat.ru/journal/region/detail.php?ID=8319>). — Access date: 28.06.2015.