

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Подолякина Д.И. Анализ структуры аптечного рынка Новосибирской области // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2016. – № 11 (декабрь). – АРТ 131-эл. – 0,1 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>

РУБРИКА: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338.001.36

Подолякина Дарья Игоревна

студентка 4 курса, факультет корпоративной экономики и предпринимательства

Научный руководитель: Тропин А.А., канд. экон. наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»
г. Новосибирск, Российская Федерация
e-mail: podl-darya@mail.ru

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АПТЕЧНОГО РЫНКА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация: в статье рассматривается фармацевтическая отрасль на примере региона Новосибирская область, аптечные сети являются объектами исследования. В России этот бизнес стремительно развивается и является привлекательным для предпринимателей и крупных компаний. Чтобы выявить тенденции в стратегическом управлении аптечных сетей, необходимо обратиться к анализу внешней среды.

Ключевые слова: карта стратегических групп, входные барьеры, конкурентные преимущества.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Podolyakina Darya

4th year student, faculty of corporate economy and business

Supervisor: A. Tropin, PhD in Economic sciences, Associate Professor

FGBOU VPO "Novosibirsk State university of Economics and Management

Novosibirsk, Russian Federation

e-mail: podl-darya@mail.ru

ANALYSIS OF STRUCTURE OF THE PHARMACEUTICAL MARKET OF THE NOVOSIBIRSK REGION

Abstract: in article the pharmaceutical branch on the example of the region the Novosibirsk region is considered. In Russia this business promptly develops and is attractive to businessmen and the large companies. To reveal tendencies in strategic management of pharmacy chains, it is necessary to address the analysis of the external environment.

Keywords: card of strategic groups, entrance barriers, competitive advantages.

Для каждой отрасли характерен свой ряд стратегий, они могут различаться в формулировке и по-разному выглядеть в действии. Но смысл существования стратегии всегда один – создание конкурентных преимуществ в рамках будущего. Фармацевтическая отрасль становится всё более привлекательной для предпринимателей. Не смотря на то, что входных барьеров для этой отрасли достаточно, чтобы воспрепятствовать появлению новых конкурентов, количество торговых точек возрастает. Например, такой барьер как, финансовые возможности, которые важны для исследуемой отрасли, первоначальные инвестиции варьируются от двух до пяти миллионов рублей. Также фармацевтическая отрасль является сложной, как с законодательной точки зрения, так и с самим ведением бизнеса.

Сначала стоит разобраться, почему аптечный рынок так насыщен. Одной из причин является государственная безучастность, в законодательство не указано, сколько можно открывать аптек, и какое минимальное расстояние должно быть между ними, поэтому не редкость когда аптеки буквально «на каждом шагу». Другая причина, которая объясняет насыщенность рынка в продаже лекарственных средств, связана с социальным фактором, таким как приверженность, к «самолечению», человеку проще прийти в аптеку и посоветоваться с провизором, чем прийти на приём к врачу.

Аптечный рынок – это очень динамичная отрасль. Появление или быстрое исчезновение торговых точек не всегда предсказуемо. По данным аналитического маркетингового агентства DSM Group, в России на данный момент работает 56 тыс. аптечных учреждений. По подсчетам агентства, на одно аптечное учреждение в среднем по стране приходится 2,5 тыс. человек, но эта плотность крайне неоднородна, в крупных городах плотность аптек зашкаливает, а в отдаленных регионах остро стоит проблема обеспечения лекарствами, так как аптечный бизнес там просто убыточен[2].. Объем фармацевтического рынка России в 2015 году достиг 1 259 млрд рублей, что на 9,3% выше, чем в базовом году [4]. Эти данные наглядно показывают, насколько конкуренция внутри отрасли велика и неравномерна.

Для анализа макро- и микроокружение применим карту стратегических групп. Его использование эффективнее в том случае, когда в отрасли действует так много конкурентов, что практически невозможно всесторонне изучить каждого из них [1, с. 142].

Возьмем Новосибирскую область как исследуемый регион. На 2016 год она насчитывает 1161 аптек, что говорит о наличии высокой конкуренции. В таблице 1 приведены необходимые характеристики.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Таблица 1 – Характеристика аптечных сетей.

№	Название аптечной сети	Количество торговых точек (филиалов)	Географический масштаб деятельности
1	Мелодия здоровья	Среднее	Федеральная
2	Аптека радуга	Высокое	Федеральная
3	Белая аптека	Низкое	Муниципальная
4	Аптека солнышко	Низкое	Муниципальная
5	Фармакопейка	Среднее	Федеральная
6	Муниципальная новосибирская сеть	Высокое	Муниципальная
7	Аптека от склада	Низкое	Муниципальная
8	Бережная	Низкое	Федеральная

С 7 – 26 низкое количество филиалов, с 32 – 46 среднее, с 67 – 102 большое.

Распределим аптечные сети на карте стратегических групп (рис.1).

На основе карты стратегических групп можно сделать вывод, что наибольшую по размерам группу с масштабом муниципальных сетей и с количеством филиалов от 7 до 26 занимают: «Белая аптека», «Аптека Солнышко», «Аптека от склада». Маленькие сети развиваются не так динамично как крупные, чтобы завоевать рынок в своем регионе, необходимо выходить на менее насыщенный рынок в других городах.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Географический масштаб	Федеральные	2	1,5	7
	Региональные			
	Муниципальные	3,4,7		6
		Низкое	Среднее	Высокое
Количество филиалов				

Рисунок 1 – Карта стратегических групп аптечных сетей

Следующая стратегическая группа в составе федеральной аптеки «Бережная аптека», количество филиалов небольшое в Новосибирске, но это крупная аптечная сеть, которая стремительно развивается.

Группа, относящаяся к федеральным сетям и средним количеством филиалов состоит из «Мелодия здоровья» и «Фармакопейка». «Мелодия здоровья» это Новосибирская сеть, а «Фармакопейка» Омская, они имеют весомую долю рынка на территории области. Открываются всё новые филиалы. Из этого следует, что федеральная сеть, имеющая собственную фармацевтическую группу (КАТРЕН и Медэкспорт-Северная Звезда) развиваются более динамично.

Наиболее высокое количество торговых точек имеют «Аптека Радуга» (федеральная сеть) и «Муниципальная Новосибирская сеть»

(муниципальная). Муниципальная аптека позиционирует себя как городская аптечная сеть, многие одиночные аптеки вошли в эту крупную сеть. Аптека Радуга нашла своего потребителя в Новосибирске, благодаря доступным ценам и качественному обслуживанию. Она успешно развивается на Новосибирском рынке.

Почти все рассмотренные аптечные сети начинают свою историю с 2000-го года, они осуществляют свой рост путем расширения сети и выходом на федеральный рынок. Из карты стратегических групп также видно, что аптечная сеть, которая функционирует на федеральном уровне, жизнеспособна в любом регионе страны. Она может иметь мало филиалов на территории, но всегда обеспечена необходимыми финансовыми ресурсами. Для фармацевтического бизнеса характерен контроль над всем путем продукции от производства до реализации. Поэтому многие крупные аптечные сети дочерние компании от производителей и оптовиков. В настоящее время этими особенностями характеризуется аптечный бизнес.

Список использованной литературы:

1 Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов/ Пер. с англ. Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. – 576с.

2 Фармацевтический вестник [Электронный ресурс] URL: <http://www.pharmvestnik.ru/publs/lenta/v-rossii/eksperty-aptek-v-rossii-vidvoe-menjshe-chem-dumajut-v-minzdrave.html> (дата обращения: 05.12.2016)

3 Фарм-бизнес: Современная аптека [Электронный ресурс] URL: <http://pharm-business.ru/mastery/596> (дата обращения: 02.02.2014)

Дата поступления в редакцию: 10.11.2016 г.

Опубликовано: 10.12.2016 г.

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2016

© Подолякина Д.И., 2016