

Призрак прибыльности аптечного бизнеса

Минувший 2011 г. принес большие перемены всем участникам аптечного рынка, а неутешительные тенденции текущего года сулят дальнейшее ухудшение ситуации на фармрынке. Анализу внутренней и внешней политики фармацевтического бизнеса была посвящена конференция Всеукраинской общественной организации «Аптечная профессиональная ассоциация Украины», которая состоялась 6 апреля 2012 г.



КАК РАЗВЕЯТЬ МИФЫ?

Распространение ложных мифов о свехприбыльности фармбизнеса — перво-причина возникновения нездорового ажиотажа и разрушительных тенденций, стремительной волной захлестнувших фармацевтический рынок. Это вызвало особый интерес высших инстанций и привлекло внимание непрофессионалов, стремящихся по-быстрому срубить легких денег.

Как отметили участники конференции, в стоимость фармацевтической продукции заложено 76% цены производителя, 4% составляют расходы дистрибьюторов и 20% — это предусмотренная законодательством розничная наценка. Как можно удешевить лекарственные препараты и изделия медицинского назначения? Только за счет снижения требований, предъявляемых к качеству лекарственных препаратов, к условиям их хранения и транспортировки. Таким образом, уменьшение стоимости возможно исключительно за счет ухудшения качества лекарств, что нанесет вред здоровью населения Украины. Профессионалы фармацевтической отрасли категорически не согласны идти таким путем.

ЗАЛОЖНИКИ ИМИДЖА

Профессия фармацевта предполагает заботу о здоровье, поэтому все специалисты рынка ищут выход из сложившейся ситуации. Итоги 2011 г. неутешительны: 29% аптечных предприятий закончили год с убытками, ликвидность 30% — ниже 1, прибыльность подавляющего большинства аптек составляет 1–1,5%.

Ситуация усугубляется пропагандой, в черных красках расписывающей фармацевтов. Больше всего от этого страдают первостольники, непосредственно слушающие негативные замечания от покупателей, которые верят масс-медиа и тому, что говорят с высоких трибун.

конференции. Пришло время сесть за стол переговоров с представителями производителей и дистрибьюторов.

Что может спасти аптечный бизнес? Во-первых, оптимизация логистики: необходимо избавиться от остатков на складах и замороженных товаров. Во-вторых, развитие категорийного менеджмента. В этом вопросе существенную помощь могут оказать производители, которые знают о своей продукции все и в большинстве случаев готовы обучать персонал аптек.

В свою очередь аптеки имеют возможность заинтересовать изготовителей, открыв отчетность по продажам. Таким образом, производители смогут осуществить мониторинг реальной реализации своей продукции,



Анализ цен на фармацевтическом рынке в 2011 г. убедительно доказал — если бы государство не вмешивалось в процесс регуляции стоимости фармацевтической продукции, цены бы снижались в результате внутренней конкуренции

ПРОФЕССИОНАЛЫ НЕ СДАЮТСЯ

Главное — не сдавать позиций качества, элиминировать недобросовестных участников фармрынка, повышать открытость и публичность. Несмотря на трудности, необходимо формировать позитивный имидж аптечного работника и активизировать прямое взаимодействие с пациентами, считают участники

а аптечное предприятие — привлечь дополнительное финансирование в виде маркетинговых бюджетов.

Всестороннее взаимодействие с производителями является очень перспективной и неизбежной тенденцией развития фармрынка в ближайшем будущем.

Татьяна Кривомаз