

УДК 614.2.658

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА ВОРОНЕЖСКОГО РЕГИОНА

© 2004 г. Е.Е.Чупандина

Воронежский государственный университет

В статье представлены результаты комплексного исследования регионального фармацевтического рынка Воронежского региона. Использование основных принципов институционально-эволюционной теории позволило выявить особенности в становлении исследуемого рынка в переходный период. Определение количественных и качественных показателей развития, определение конъюнктуры позволило сделать вывод о том, что фармацевтический рынок исследуемого региона сформирован и имеет характерные отличительные черты от общероссийского.

В ходе преобразования административно-плановой экономики в рыночную фрагментарно была проведена реструктуризация снабженческо-сбытового звена лекарственного обеспечения Воронежского региона. Это привело к тому, что сохранившиеся и вновь образованные предприятия оптовой торговли по своим масштабам и функциям не могли быть сопоставимы с существовавшей ранее системой снабжения.

В результате сбора, анализа и систематизации результатов научных исследований региональных оптовых фармацевтических рынков установлено, что до настоящего времени не выявлены объективные закономерности развития региональных оптовых рынков лекарственных средств, не разработан формализованный подход к их комплексной оценке.

В качестве объектов исследования были выбраны фармацевтические оптовые предприятия и аптечные организации региона.

Целью нашего исследования явилось проведение исследования эволюции оптового звена сферы обращения лекарственных средств и разработка комплексной оценки регионального рынка.

Ретроспективный анализ развития отечественной

иерархической системы лекарственного снабжения, проведенный с использованием институционально-эволюционной теории, позволил выявить особенности проявления ее основных принципов (наследственность, изменчивость, естественный отбор) на региональном уровне в период перехода к рынку. Были выявлены следующие особенности развития Воронежского фармацевтического рынка:

во-первых, более выраженный инерционный характер действия принципа наследственности, что привело к формированию современной инфраструктуры рынка региона с опозданием на несколько лет; во-вторых, начиная с 1996 года, доминирующее действие принципа изменчивости привело к преобладанию новых организационно-правовых статусов предприятий оптовой торговли (ПОТ) и перераспределению долей рынка между формами собственности в сторону частной (рис. 1,2);

в-третьих, естественный отбор до 1996 года происходил за счет сокращения экономического пространства деятельности государственных предприятий оптовой торговли, далее – по рыночным законам.

Изучение стратегий поведения ПОТ региона в

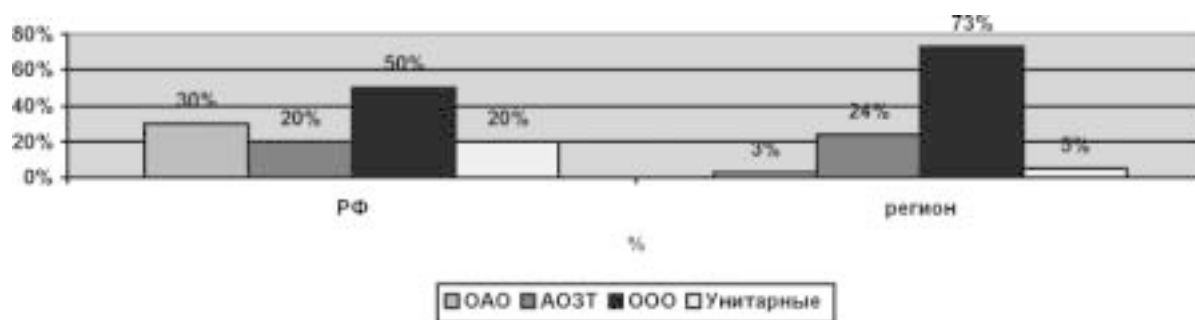


Рис. 1. Сравнительное соотношение организационно-правовых форм предприятий оптовой торговли в переходный период (1996 г.)



Рис. 2. Сравнительное соотношение форм собственности предприятий оптовой торговли в переходный период.

период перехода к рынку позволило выявить основные адаптационные мероприятия, осуществляемые их руководителями: рациональная ассортиментная политика; ориентация в ценообразовании на потребителя и возможности покупателя; введение жесткого режима экономии; введение заработной платы, напрямую зависящую от результатов финансовой стратегии; реформирование организационной структуры и высвобождение лишних работников; наделение самостоятельностью структурных звеньев, создание дочерних предприятий и т.д.

В результате систематизации проводимых ПОТ мероприятий были выявлены адаптационные модели их поведения в переходный период, дифференцированные по стилю руководства и реакции на изменения внешней среды:

первый тип – активный (рыночный);

второй тип – пассивный;

третий тип – смешанный (отсутствие определенного типа).

В соответствии с поставленной целью нами был разработан алгоритм комплексного исследования регионального фармацевтического рынка, состоящий из трех этапов.

На первом этапе была осуществлена хронологическая периодизация на основе метода многомерной средней, которая выявила в динамике развития Воронежского региона три однокачественных интервала. В сравнении с общероссийскими показателями установлено отсутствие стадии депрессии 1998 года, обусловленное более выраженной наследственностью периода развития.

Емкость рынка была определена в динамике за 1998-2002 годы с помощью мультипликативно-аддитивной модели, основанной на нормативных показателях (потенциальная емкость) и на основе экспертных оценок (фактическая емкость). За исследуемый период темпы роста имеют тенденцию к снижению и составляют, в среднем, соответственно 5,3 и 5,6% в год, что ниже, чем общероссийские показатели [6]. Разница в величине объясняется высокой степенью

дифференциации доходов населения региона, не учитываемых при расчете потенциальной емкости.

На втором этапе был проведен количественный и качественный анализ показателей. Для проведения анализа объема и динамики предложения проведена предварительная группировка действующих на оптовом рынке предприятий.

С этой целью была осуществлена сравнительная характеристика, представленных как в экономической, так и в фармацевтической литературе классификаций предприятий оптовой торговли, на основе чего отобран состав основных классификационных признаков. Для классификации был использован кластерный анализ как многомерная статистическая процедура упорядочивания исходных данных. Эффективность кластерного анализа в организационно-экономических исследованиях подтверждено работами Сбоевой С.Г. и Выржиковской И.В.. В результате рейтинговой оценки действующих на Воронежском оптовом рынке предприятий была проведена их кластеризация по 7 признакам.

Кластерный анализ был выполнен в 4 этапа:

1 этап: отбор исходных данных – определение числа предприятий оптовой торговли, работающих на рынке –82;

2 этап: определение системы показателей многофакторной оценки

– рыночная доля предприятия оптового торговли;

– число ассортиментных позиций;

– число производителей;

– широта ассортимента;

– доля российских препаратов ;

– импортных препаратов в ассортименте;

– доля парафармацевтических позиций.

3 этап: формирование кластеров;

4 этап: определение диапазонов баллов и шкалы оценки.

Итоговые значения кластеризации представлены в таблице 1.

В соответствии с разработанной классификацией был проведен структурный анализ оптового фармацевтического рынка региона за три года.

Таблица 1

Итоговые результаты кластерного анализа предприятий оптовой торговли Воронежского региона

Диапазон баллов	Группа ПОТ
7-91	Крупные
92-176	Средние
177-260	Малые

Установлено, что приоритетной по динамике численности предприятий оптовой торговли является группа малых (7,6% в год), 96,6% предприятий, действующих на рынке региона, представлено частной формой собственности. По организационно-правовому статусу распределение произошло неравномерно, но большинство представлено хозяйственными товариществами.

Воронежский рынок относится к регионам со сверхмалым уровнем аптек, приходящихся на одно предприятие оптовой торговли (в 2003 году – 0,19) [5]. Некоторые особенности развития розничного сектора региона представлены в таблице 2.

Доля предприятий оптовой торговли в общей инфраструктуре рынка имеет стойкую тенденцию к

снижению, а темпы их прироста по сравнению с розничными организациями, как представлено на рис. 3, свидетельствуют о том, что спрос на рынке этой фармацевтической услуги близок к насыщению.

В результате изучения широты товарной номенклатуры (ТН) установлено, что основой ассортимента неспециализированных предприятий, составляющих 98% от числа работающих на рынке, является две группы – медикаменты и перевязочные средства, их динамика в товарной номенклатуре предприятий изменяется незначительно и держится на уровне 89-93%.

Анализ полноты ТН выявил, что наибольшее число предприятий имеет ассортимент до 500 позиций и принадлежит к группе малых (рис № 4).

Установлено, что ассортиментная политика предприятий оптовой торговли зависит от полноты ассортимента и представлена двумя видами стратегий: крупные и средние предприятия используют недифференцированный маркетинг, малые – нишевую стратегию.

Установлено, что ассортиментная политика предприятий оптовой торговли зависит от полноты ассортимента и представлена двумя видами стратегий: крупные и средние предприятия используют недифференцированный маркетинг, малые – нишевую стратегию.

Таблица 2

Сравнительная характеристика региона по сравнению с общероссийскими показателями

Показатели	По России [1]	По региону [2,3,4]
Число аптечных пунктов на 1 аптеку	2	3,64
Число аптечных киосков на 1 аптеку	0,7	0,34
Государственная и муниципальная форма собственности аптек	65%	88%
Нагрузка на 1 аптеку 2001/2002 тыс. человек	7,7	13,34

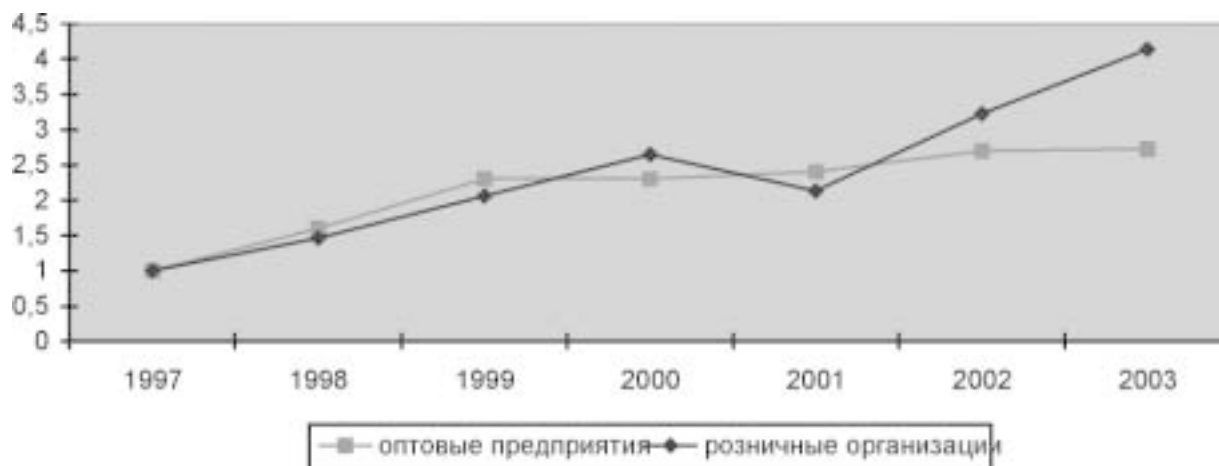


Рис. 3. Темпы прироста числа оптовых и розничных предприятий по сравнению с 1997 годом.

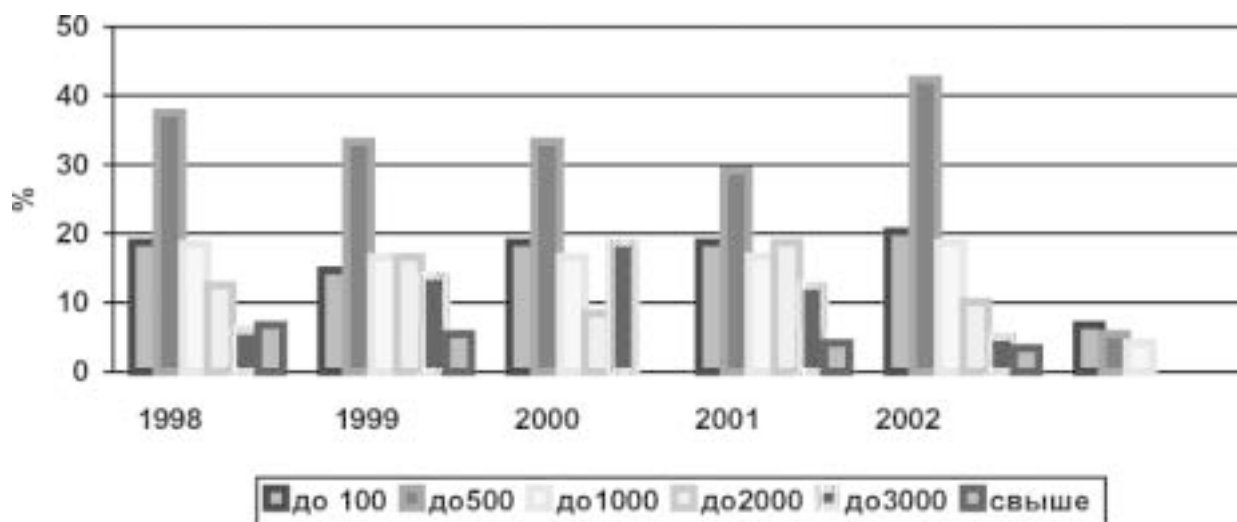


Рис. 4. Динамика полноты ТН предприятий оптовой торговли.

Для выявления оптимального портрета оптового посредника проведено социологическое исследование по разработанной анкете 98 аптечных организаций, что составило 23,67% всех действующих на рынке. Критерии выбора поставщика расположились следующим образом: цена, число ассортиментных позиций, скорость доставки, имидж предприятия, предпочтительной формой работы назван товарный кредит. Установлено, что проводимые мероприятия по стимулированию сбыта мало оказывают влияния на принятие решений о закупке, так как аптечные организации, в большинстве, сформировали круг поставщиков.

С учетом того, что при ранжировании критериев выбора поставщика цена явилась важнейшим фактором, был проведен анализ динамики оптовых цен в группе из 250 наименований ЛС, включенных в перечень ЖНВЛС, (200 наиболее продаваемых и 50 дорогостоящих). Исследуемый регион относится к группе с предельно установленными торговыми надбавками в оптовом звене. Результатом влияния фиксированной торговой надбавки явилось увеличение оптовых цен в исследуемой группе в среднем на 6,3% в год и средние торговые наложения имеют стойкую тенденцию в отклонении фактической цены от зарегистрированной в сторону уменьшения.

Выявление сформировавшихся трендов, играющих значительную роль в развитии рынка, было проведено с использованием методов укрупнения интервала динамического ряда и скользящей средней. Установлено, что рынок принадлежит группе крупных предприятий. Формализованный показатель присутствия на рынке (доля рынка), принадлежащий крупным предприятиям оптовой торговли, неуклонно растет. Однако в 2003 году темпы роста

доли рынка, принадлежащего этой группе, снизились и составляют 8,4% в год. Средние предприятия имеют самый высокий темп потери доли рынка –19,6%. Третья группа – малые предприятия, занимающие наименьшую долю рынка, имеют наибольшую динамику прироста –30,03%.

Таким образом, наглядно видны концентрационные процессы на рынке региона вокруг лидирующей и наиболее стабильно развивающейся первой группы, т.е. крупных предприятий оптовой торговли.

Анализ пропорциональности развития рынка проведен с использованием компаративного индекса. Его значения указывают на то, что исследуемый рынок пропорционально развивался только в период 1996-1997 годов. В другие годы рынок развивался с преобладанием розничного сектора.

Рассчитанный индекс сезонности позволил установить, что рынок имеет четко выраженную склонность к сезонности (рис. № 5).

Воздействие конкуренции рассчитывалось через показатели пороговой доли и концентрации рынка. Установлено, что на рынке не присутствуют монополистические предприятия. Полученные данные, свидетельствуют о принадлежности рынка к среднеконцентрированным.

Таким образом, очевидно, что фармацевтический рынок региона сформирован и имеет четко очерченные региональные особенности. Конъюнктура рынка определена как нейтральная, т.к. ситуация на рынке характеризуется стабильным уровнем спроса и предложения. Если в ближайшие годы сохранятся сегодняшние темпы прироста спроса и предложения и тенденции к жесткой ценовой конкуренции на оптовом фармацевтическом рынке, то это приведет к прагматическому потреблению, т.е. спрос будет

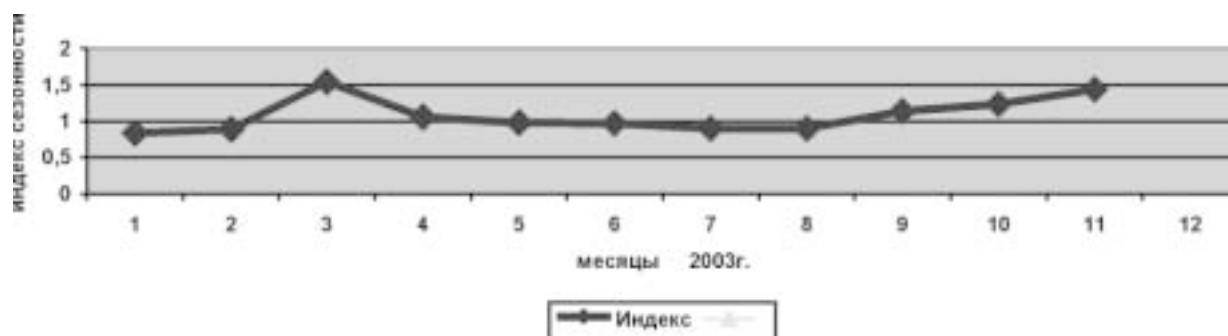


Рис. 5. Кривая сезонности объемов реализации для малых предприятий оптовой торговли.

сконцентрирован в ценовом и неценовом сегменте.

Таким образом, реализация алгоритма комплексного исследования Воронежского регионального фармацевтического рынка позволила дать ему всестороннюю оценку и выявить особенности его развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Юданов А.Ю. Концентрационные процессы на фармацевтическом рынке России / А.Ю. Юданов // Ремедиум. – 2002.- март. – С.4-16
2. Цурган Д.А. Итоги лицензирования по Воронежской области / Д.А. Цурган, Б.Я. Соломахин // Новая аптека. – 2002. – №1.- С. 49-51.
3. Воронежская область в цифрах: Стат. сборник 1991 – 1995. – Воронеж: Издательство Воронежского областного комитета государственной статистики, 1996. – 243 с
4. Щербаков В. Воронежское здравоохранение переживает период радикальных перемен / В. Щербаков / Фармацевтический вестник. – 2000. – №21(172). – С.
5. Максимкина Е.А., Баженов А.В. Взаимодействие фармацевтических торговых организаций оптового и розничного звена в условиях конкуренции / Экономический вестник фармации. – 2002. – № 5 (51). – с. 51-54
6. Апазов А.Д. Экономические аспекты оптимизации деятельности аптечных организаций / А.Д. Апазов // Экономический вестник фармации. – 2001. – №8. – С. 21-28.