

АНАЛИЗ НЕКОТОРЫХ ХАРАКТЕРИСТИК АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, НАХОДЯЩИХСЯ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

Дагир Сали, Е. Е. Чупандина

ФГБОУ ВПО «Воронежский государственный университет»

Поступила в редакцию 13.02.2016 г.

Аннотация. В данной статье представлены результаты классификации аптечных организаций г. Воронежа по стадиям жизненного цикла организации и определены их общие характеристики с учетом отраслевых особенностей. Результаты являются фрагментом исследования способов продвижения лекарственных препаратов в зависимости от этапа развития аптечной организации.

Ключевые слова: жизненный цикл аптечных организаций, создание, рост, зрелость, старение (упадок), продвижение, классификация аптечных организаций, организационная структура управления, эффективность управления персоналом, город Воронеж.

Abstract. In this article are shown the results of the classification of pharmaceutical organizations in the city Voronezh according to the stages of organizations' life cycle and are determined their general characteristics based on the industrial characteristics. Those results are part of the research about methods of promotion medications, depending on the stage development of the pharmaceutical organization.

Keywords: life cycle of pharmaceutical companies, the creation, growth, maturity, aging (decay), promotion, classification of pharmaceutical organizations, organizational structure, personnel management efficiency, Voronezh

Теория жизненных циклов является одним из направлений исследования организации, согласно которой организация проходит несколько стадий в процессе своего функционирования. Жизненный цикл организации - совокупность стадий развития, которые проходит фирма за период своего существования [1]. Признаки выделения стадий жизненного цикла – самые различные, определяющие и направление развития организации (рост, спад), и ее возрастное состояние (детство, юность, зрелость), и специфику отдельных стадий (интеграция, аристократизм, делегирование) и их композицию. Они по-разному классифицируются разными авторами и количество выделяемых стадий колеблется от 2-х до 10-и [2,3], но характеризуются совокупностью переменных, связанных

с организационным контекстом и структурой [4, С.11].

Задача руководителя состоит в том, чтобы понять, каковы причины перехода конкретной организации от одной стадии к другой [5] и на основе знаний основных характеристик различных этапов жизненного цикла организации осуществлять моделирование процесса развития организации с учетом ее учрежденческих, региональных и отраслевых особенностей. В условиях высокой конкуренции в розничном секторе фармацевтического рынка одним из ключевых факторов, определяющих успешность аптечной организации на рынке выступает стратегия и тактика в области продвижения лекарственных препаратов.

Анализ многочисленных работ в области продвижения лекарственных препаратов аптечными организациями показал практическое отсутствие

Таблица 1

Определение уровня организационной структуры управления и эффективности управления персоналом

1	Аптечная организация выходит на фармацевтический рынок
2	Аптечная организация формирует свой ассортимент
3	Аптечная организация не имеет сложной организационной структуры (линейная/функциональная/дивизиональная), и характеризуется малой ротацией кадров
4	Аптечная организация открывает новые отделы/формирует сеть
5	Аптечная организация вводит новые услуги, новые ассортиментные группы, демонстрирует рост товарооборота
6	Аптечная организация имеет гибкую организационную структуру (линейная/функциональная/дивизиональная), которая постоянно усложняется. Отмечаются некоторые напряжения среди персонала
7	Аптечная организация имеет устойчивую организационную структуру (линейная/функциональная/дивизиональная), характеризуется нарастанием напряженности среди персонала
8	Аптечная организация направляет свои усилия на поддержание своего положения на рынке
9	Аптечная организация имеет хорошие показатели прибыльности
10	Аптечная организация сокращает количество услуг и выводит ряд групп товара из своего ассортимента и упрощает структуру управления (линейная/функциональная/дивизиональная)
11	Аптечная организация демонстрирует снижение объема продаж и уменьшение прибыльности
12	Аптечная организация демонстрирует высокую ротацию персонала

эмпирических исследований по особенностям продвижения лекарственных препаратов с учетом стадий жизненного цикла аптечной организации.

Основная цель проведения исследования – изучение особенностей формирования стратегии продвижения лекарственных препаратов аптечных организаций в зависимости от стадии жизненного цикла и выявление наиболее эффективных стратегий и тактик на разных этапах.

Основные гипотезы исследования:

- аптечные организации имеют отраслевые особенности при выделении стадий жизненного цикла;

- стратегии продвижения лекарственных препаратов в аптечных организациях различны на разных стадиях жизненного цикла аптечной организации по составу и их эффективности.

Исследование проводилось в два этапа – а) классификация аптечных организаций по стадиям их жизненного цикла и определение их общих характеристик с учетом отраслевых особенностей; б) исследование, обобщение и систематизация способов продвижения лекарственных препаратов в зависимости от стадии жизненного цикла и выявление наиболее эффективных тактик продвижения на каждом этапе.

Сбор данных для проведения эмпирического исследования осуществлялся в период с апреля по декабрь 2015 года путем анкетирования работников аптечных организаций г.Воронежа и Воронежской области. В анкете использовались два блока вопросов: первый - позволял получить информацию о характеристике аптечной организации, второй – позволял исследовать способы продвижения лекарственных препаратов и выявить их особенности использования на разных стадиях жизненного цикла. Первый блок вопросов был положен в основу классификации аптечных организаций по стадиям жизненного цикла, второй блок вопросов обеспечил получение характеристик продвижения и выявления их особенностей в зависимости от стадии жизненного цикла аптечной организации.

Классификация аптечных организаций осуществлялась по 4 этапам: создание, рост, зрелость, старение (упадок) [6] по трем характеристикам: возраст организации, гибкость организационной структуры управления и характеристика персонала [5]. Гибкость организационной структуры управления и характеристика персонала определялись путем выбора из ряда предложенных утверждений (таблица 1).

В настоящей статье отражены результаты первого этапа исследования.

В ходе исследования были собраны данные по 150 аптечным организациям г.Воронежа и Воронежской области, часть данных была отбракована по причине неполноты и противоречивости и в исследовании использовано 139 аптечных организаций.

Общая характеристика исследуемой совокупности осуществлена по ряду критериев: формы предпринимательской деятельности, форма собственности, масштаб деятельности организации.

По видам предпринимательской деятельности исследуемая совокупность аптечных организаций представлена 83% юридическими лицами и 17% индивидуальных предпринимателей. 84% исследуемой совокупности имеют частную форму собственности, оставшиеся 16% - государственную.

С точки зрения масштаба деятельности выделены три группы организаций: единичные, сете-

вые региональные АО, сетевые федеральные аптечные организации (рис. 1). В целом преобладают сетевые региональные аптечные организации, что отражает структурное распределение розничного сектора фармацевтического рынка Воронежской области.

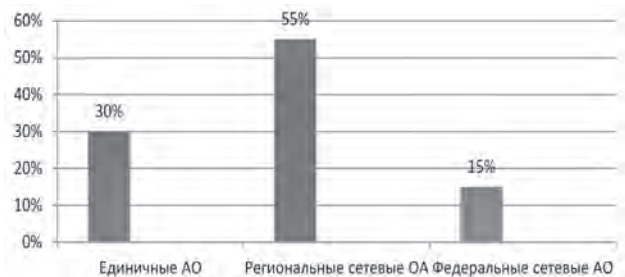


Рис. 1. Распределение аптечных организаций по критерию «масштаб деятельности».

Средний возраст аптечных организаций в выборке составляет 16,2 года; возраст самой молодой организации – 1 год, самой возрастной – 65 лет, структурное распределение аптечных организаций по возрасту, отраженное на рис. 2., показывает, что большинство исследуемой совокупности (75,2%) существуют не более 20 лет.

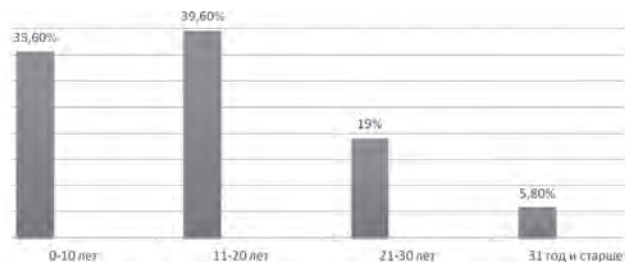


Рис. 2. Распределение аптечных организаций по возрасту организации.

По численности работников выделено 4 группы аптечных организаций: микро- предприятия, малые, средние и крупные предприятия (ФЗ от 24.07.2007 №209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»). Большинство аптечных организаций относится к микро- и малым предприятиям (таблица 2).

Ассортимент 17% исследуемой совокупности представлен 11 группами товаров, разрешенных к реализации через аптечные организации (ст.55 ФЗ от 12.04.2010 №61). Около 35% аптечных ор-

ганизаций не предлагают потребителям дезинфицирующих средств, очковой оптики, продуктов лечебного и диетического питания, медицинские и санитарно-просветительские печатные издания, предназначенные для здорового образа жизни. Ранжирование ассортиментных групп по востребованности в номенклатуре аптечных организаций, представлена на рис.3.

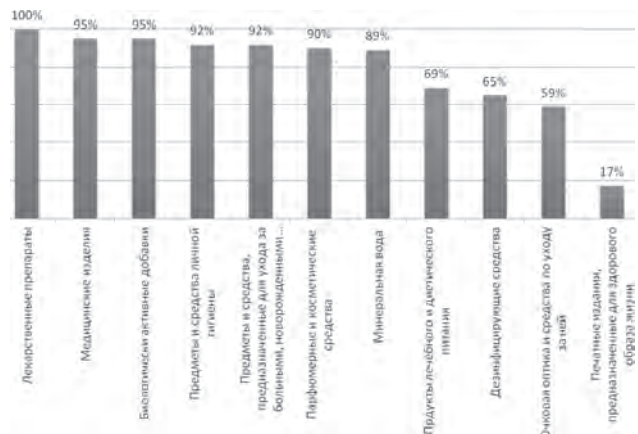


Рис. 3. Востребованность, разрешенных к реализации ассортиментных групп в номенклатуре аптечных организаций.

68% аптечных организаций реализуют смешанную форму обслуживания (провизоры осуществляют поиск, выбор рецептурных лекарственных препаратов с каждым посетителем, выбор прочих товаров потребитель осуществляет самостоятельно по витринам либо в свободной выкладке). Остальные являются аптечными организациями с закрытой формой обслуживания (индивидуально обслуживается каждый посетитель аптечной организации по поиску, сравнению и выбору необходимых лекарственных препаратов, включая все виды товаров).

Классификация аптечных организаций по этапам жизненного цикла и описание их характеристик аптечных организаций.

Классификация аптечных организаций по этапам их жизненного цикла была осуществлена по выбору из предложенных утверждений (таблица 2). Каждому из этапов соответствовало три утверждения, которые характеризовали организационную структуру, степень ее гибкости и ротацию персонала. Определяющими высказываниями для

Таблица 2.

Классификация исследуемой совокупности аптечных организаций по численности персонала

Микропредприятия Численность до 15 человек	Малые предприятия Численность до 100 человек	Средние предприятия Численность от 101 до 250 человек	Крупные предприятия Численность выше 250 человек
64%	19%	5%	12%

отнесения аптечной организации к одному из четырех этапов были 3 (создание), 6 (рост), 7 (зрелость), 10 (старение, упадок).

Таблица 3
Результаты выбора уровня организационной структуры управления и эффективности управления персоналом

1	10%	Аптечная организация выходит на фармацевтический рынок
2	29%	Аптечная организация формирует свой ассортимент
3	13%	Аптечная организация не имеет сложной организационной структуры (линейная/функциональная/дивизиональная) и характеризуется малой ротацией кадров
4	34%	Аптечная организация открывает новые отделы/формирует сеть
5	43%	Аптечная организация вводит новые услуги, новые ассортиментные группы, демонстрирует рост товарооборота
6	13%	Аптечная организация имеет гибкую организационную структуру, (линейная/функциональная/дивизиональная) которая постоянно совершенствуется. Отмечаются некоторые напряжения среди персонала
7	68%	Аптечная организация имеет устойчивую организационную структуру (линейная/функциональная/дивизиональная), имеет постоянную прибыль
8	43%	Аптечная организация направляет свои усилия на поддержание своего положения на рынке
9	37%	Аптечная организация имеет хорошие показатели прибыльности
10	1%	Аптечная организация сокращает количество услуг и выводит ряд групп товара из своего ассортимента и упрощает структуру управления
11	1%	Аптечная организация демонстрирует снижение объема продаж и уменьшение прибыльности за счет
12	5%	Аптечная организация демонстрирует высокую ротацию персонала

Результаты ситуативной классификации аптечных организаций по стадиям жизненного цикла представлены на рис. 3.

Описание аптечных организаций на отдельных этапах жизненного цикла было осуществлено по ряду общих характеристик: средний возраст, доминирующая организационная структура управления и численность персонала, структура номенклатуры, объемы продаж в месяц и число покупателей в день. Характеристика аптечных организаций по стадиям жизненного цикла представлена в таблице 4.

Этап создания. Включает 18 аптечных организаций, средний возраст которых составляет 12 лет.

По размерам все аптечные организации представляют собой микро-предприятия, т.е. численность персонала не превышает 15 человек. Для группы характерна простая организационная структура (линейная структура управления с выделением отделов в организации). Номенклатура аптечных организаций включает 7 ассортиментных групп: лекарственные препараты, медицинские изделия, предметы и средства личной гигиены, предметы и средства, предназначенные для ухода за больными, новорожденными и детьми, не достигшими трех лет, минеральная вода, биологически активные добавки, парфюмерные и косметические средства. Средняя величина продаж в месяц для группы составляет 844 тысячи рублей, среднее число обслуживаемых покупателей в день составляет 161 человек, средний чек – 174,7 рублей.

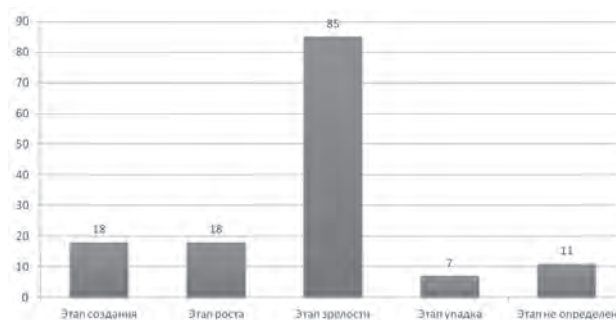


Рис. 4. Распределение исследуемой совокупности аптечных организаций по стадиям жизненного цикла.

Этап роста. Эта группа аптечных организаций по численности равнозначна численности первой группы. Средний возраст – 9 лет. По численности персонала группа включает как микро-предприятия, так и малые организации. Доминирует линейная структура управления. Номенклатура ассортиментных групп, реализуемых в аптечной организации, расширяется до 9 групп за счет очковой оптики и средств по уходу за ними, продуктов лечебного и диетического питания. Объем продаж растет и в среднем составляет 1225 тыс. рублей в месяц, среднее число обслуживаемых покупателей в день увеличивается до 257 человек в день, средний чек – 158,9 рублей.

Этап зрелости. По численности наиболее представительная группа – 85 аптечных организаций. Включает как микро-предприятия, малые, средние, крупные организации. Характерны три вида организационной структуры – линейная, функциональная, дивизиональная, доминирует линейная. В ассортимент вводится группа «Дезинфицирующие средства» и общее число групп

Сводная таблица характеристик аптечных организаций, находящихся на разных стадиях жизненного цикла

Этап	Характеристики				
	Средний возраст	Доминирующая организационная структура	Размеры организации по численности персонала	Объем продаж в месяц, тыс. руб./среднее число посетителей в день, чел.	Количество ассортиментных групп в номенклатуре
Создание	12	линейная	Микро-предприятия	844/161	7
Рост	9	Линейная Функциональная	Микро-предприятия, малые	1225/252	9
Зрелость	17	Линейная Функциональная	Микро-предприятия, малые, средние	1632/273	11
Упадок	13	Линейная	Микро-, малые предприятия,	1208/232	11

составляет 10. Средний возраст группы составляет около 17 лет. Объем продаж увеличивается до 1632 тыс. рублей, среднее число обслуживаемых покупателей в день увеличивается и достигает 273 человека, средний чек – 192,3 рублей.

Этап упадка. Наиболее малочисленная группа аптечных организаций – 7. Включает микро-предприятия, малые организации. Средний возраст составляет 13 лет. Используется только линейная структура. Объем продаж в среднем падает и составляет 1208 тыс. рублей, среднее число обслуживаемых покупателей в день снижается и составляет 232 человека, средний чек – 174,2 рубля. Номенклатура аптечных организаций не отличается от стадии зрелости.

ВЫВОДЫ

1. Проведенное ситуативное исследование выявило отраслевые особенности применения модели жизненного цикла в развитии аптечных организаций. Доказано, что возраст аптечной организации не является характеристикой детерминированной со стадией ее развития и продолжительность жизненного цикла аптечной организации меньше, чем в прочих отраслях экономики [Выявлено, что большинство изучаемых аптечных организаций (61%) находятся на этапе зрелости и характеризуются устойчивой организационной структурой, хорошими показателями прибыльности.

2. Объем продаж и среднее число обслуживаемых покупателей в день совпадают с этапами жизненного цикла, в которых находятся аптечные организации. Объем продаж и среднее число обслуживаемых покупателей в день начинают увеличиваться от этапа создания к этапу зрелости, затем начинается их падение в соответствии с вхождением в этап упадка.

3. Различия характеристик аптечных организаций на различных стадиях позволяет предположить о возможных различиях в стратегиях и тактиках продвижения лекарственных препаратов, исследование которых будет осуществлено на втором этапе исследования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. финалес [Электронный ресурс] : Определение стратегии предприятия на основе данных финансового анализа и оценки жизненного цикла организации / Антипов М.И. — 2009. — Режим доступа: <http://www.finanalisis.ru/litra/324/9705.html>

2. Учебный курс (учебно-методический комплекс) [Электронный ресурс] / Московский институт экономики, менеджмента и права, Центр дистанционных образовательных технологий: Теория организации / Орчаков А.А. — Режим доступа: http://www.e-college.ru/xbooks/xbook031/book/index/index.html?go=part-017*page.htm.

3. Акулов В. Б. Теория организации / В.Б. Акулов. — Петрозаводск : 2002.

4. Широкова Г.В. Модели жизненных циклов организаций: теоретический анализ и эмпирические исследования / Г.В. Широкова, О.Ю. Серова // Вестник Санкт-Петербургского университета, сер. 8, Общий и стратегический менеджмент. — 2006. — Вып.1. — С. 3-27.

5. Управление жизненным циклом корпорации [Электронный ресурс] / Отзывы о книге «Управление жизненным циклом корпорации» и методологии Ицхака / Адизес И.К. — Режим доступа: — URL: <http://lib.rus.ec/b/261313/read>

6. Мильнер Б.З. Теория организации: [Учебник] / Б.З. Мильнер. — Москва: ИНФРА. – 2001.

*Воронежский государственный университет
Чупандина Е. Е., заведующий кафедрой управления и экономики фармации и фармакогнозии
Tel.: 2-208-428
E-mail: chupandina@vsu.ru*

*Voronezh State University
Chupandina E. E., Head of Department of Management and Economics of Pharmacy and Pharmacognosy
Tel.: 2-208-428
E-mail: chupandina@vsu.ru*

*Дагир Сали, Аспирант второго года обучения
Tel.: 89684540102
E-mail: sally.r.dagher@hotmail.com*

*Sali Dagir, post-graduate student
Tel.: 89684540102
E-mail: sally.r.dagher@hotmail.com*