

Каткова Татьяна Владимировна

канд. экон. наук, доцент

Соломонова Валентина Николаевна

канд. экон. наук, доцент

Тузлукова Ольга Владимировна

магистрант

ФГБОУ ВО «Российский государственный

гидрометеорологический университет»

г. Санкт-Петербург

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПТЕЧНОЙ СЕТИ НА ТЕРРИТОРИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

***Аннотация:** в данной статье исследованы проблемы и перспективы повышения конкурентоспособности аптечной сети на территории Санкт-Петербурга. Рассмотрены внешние и внутренние факторы конкурентоспособности. Проведен сравнительный анализ аптеки с конкурентами.*

***Ключевые слова:** аптека, конкурентоспособность, факторы конкурентоспособности, фармацевтический рынок.*

Одна из задач государства – обеспечить достаточный уровень социальной защиты населения. Поэтому большое значение уделяется развитию фармацевтического сектора. На сегодняшний день на территории Санкт-Петербурга функционируют более тысячи объектов по продаже фармацевтической продукции. К ним относятся филиалы таких аптечных сетей, как «Фиалка», «Фармакор», «Петербургские аптеки», «Невис», «Первая Помощь». А также мелкие сети и организации с одним или двумя отделениями, между которыми всегда существует высокая конкуренция. В большинстве фармацевтический рынок Санкт-Петербурга представлен частными компаниями [1].

Для обеспечения высокого уровня конкурентоспособности аптеки необходимо в максимальной мере использовать в интересах предприятия рыночную

ситуацию для увеличения товарооборота и получения максимальной прибыли. Поэтому каждая аптека анализирует свои конкурентные преимущества.

Для того, чтобы выявить проблемы и перспективы повышения конкурентоспособности аптечной сети на территории Санкт-Петербурга, определим уровень конкурентоспособности аптеки «Радуга», расположенной в торговом центре «Июнь» на Индустриальном проспекте 24, литера А. Для этого необходимо сравнить данную аптеку с конкурентами, которыми являются «Петербургские аптеки» на проспекте Наставников 23, литера А и аптека «Невис» на проспекте Ударников 47, расположенные вблизи аптеки «Радуга».

Существует множество различных методов оценки конкурентоспособности предприятий. Рассмотрим внешние и внутренние факторы конкурентоспособности. К внутренним факторам относят финансово-экономический, материально-технический потенциалы аптеки, систему управления, организации закупок и сбыта. Также предусматривается сбор и анализ финансовых показателей и данных, которые носят конфиденциальный характер. Для покупателей такая информация недоступна, поэтому при оценке конкурентоспособности аптеки исключим внутренние преимущества и будем анализировать только внешние.

К внешним факторам конкуренции отнесем:

- качество лекарственных средств;
- ассортимент лекарственных средств;
- уровень цен на препараты;
- быстроту и качество обслуживания;
- престиж торговой марки;
- рекламу;
- систему скидок;
- режим работы;
- удобное местоположение;
- возможность оплаты безналичным расчетом;
- интерьер торгового зала и оформление витрин.

По пятибалльной шкале оценим влияние каждого фактора на уровень конкурентоспособности аптеки «Радуга» по сравнению с конкурентами, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Анализ факторов конкуренции аптек
«Радуга», «Петербургские аптеки», «Невис»

<i>Факторы конкуренции</i>	<i>Аптека «Радуга»</i>	<i>«Петербургские аптеки»</i>	<i>Аптека «Невис»</i>
Качество лекарственных средств	5	4	4
Ассортимент лекарственных средств	4	4	4
Уровень цен на препараты	4	5	4
Быстрота и качество обслуживания	5	3	3
Престиж торговой марки	5	4	4
Реклама	5	3	4
Система скидок	5	3	2
Режим работы	3	3	3
Местоположение	5	4	4
Возможность оплаты безналичным расчетом	5	5	5
Интерьер торгового зала	5	3	2
Итого:	51	41	39

Представим развернутое смысловое объяснение со стороны покупателя, почему той или иной переменной в таблице присвоена данная оценка.

Аптека «Радуга» получила наивысшую оценку по качеству лекарственных средств. Сеть аптек «Радуга» сотрудничает с контрольно-аналитическими лабораториями для обеспечения гарантии качества. Каждый покупатель может потребовать сертификат качества того или иного препарата.

На витринах представлены препараты таких торговых марок как Teva и Штада, которые эффективно работают. Можно с уверенностью сказать, что фармацевт всегда порекомендует и поможет выбрать качественную продукцию.

В предыдущие годы в аптеке «Радуга» покупателям предлагался широкий ассортимент товаров. Но сейчас в связи с кризисом у поставщиков нет возможности заменить импортные препараты отечественными, и поэтому на данный

момент в «Радуге» узкий ассортимент, что нельзя отметить и в предложенных аптеках-конкурентах.

Существуют так же и недостатки у аптеки «Радуга» – это уровень цен на товары. Такое ценообразование объясняется высокой арендной платой, ведь аптека находится в торговом центре «Июнь». Но с другой стороны занимает очень хорошее местоположение для покупателей. Это позволяет запастись лекарственными средствами, не отвлекаясь от покупок, что очень удобно для занятых людей. И, конечно, очень важным является то, что всегда есть возможность оплатить покупку безналичным расчетом.

Нельзя не отметить, что в «Петербургских аптеках» существует система скидок для пенсионеров (5%), в то время как в «Радуге» еще предоставляется дисконтная карта постоянным покупателям (10%). А в аптеке «Невис» можно приобрести дисконтную карту в размере 5%. Поэтому можно сделать вывод, что аптека «Радуга» занимает лидирующее место и в предоставлении системы скидок.

Аптека «Радуга» входит в состав аптечной сети ООО «Роста», которая еще представлена аптеками «Первая помощь» и «Ладушкин». Режим работы «Радуги» почти совпадает с режимом работы аптек-конкурентов, но не является круглосуточным, что предоставляет неудобство для покупателей, ведь чаще всего в ночное время суток возникает большая потребность в приобретении лекарственных средств. Поэтому как аптека «Радуга», так и конкуренты не получают наивысший балл. Но в анализируемом нами районе по близости находятся как аптека «Первая помощь» на Индустриальном проспекте 30, так и аптека «Радуга» на проспекте Косыгина 26, работающие круглосуточно. И в экстренных случаях потребители будут приобретать лекарства там.

Также нельзя забывать и о рекламе аптек, что является немаловажным фактором для привлечения как можно большего числа покупателей. В качестве наружной рекламы выступают указатели, рекламные щиты, растяжки, штендеры. Бывают ситуации, когда в наружной рекламе нет необходимости. Например, аптека находится в спальном районе и целевая аудитория – это жители

района, которые очень давно о ней знают. Помимо наружной рекламы существует реклама в торговом зале аптеки, которая представлена мобайлами, муляжами, шелфтокерами, листовками, буклетами, рекламными мониторами и другими средствами. И, конечно, сейчас немаловажную роль играет реклама на телевидении и радио.

Проанализировав факторы конкуренции аптеки «Радуга» с точки зрения рекламы, можно сделать вывод, что конкуренты уступают анализируемой аптеке. «Радуга» привлекает покупателей своей красочной интерьерной вывеской из композитной панели с аппликацией в фирменном стиле. Рекламы в торговом зале не слишком много, как и должно быть. Рекламные материалы не загораживают товар и каждый месяц меняются, чтобы покупатели не перестали их замечать.

Важную роль в аптеке «Радуга» играет интерьер торгового зала. В аптеке открытая выкладка, что позволяет покупателю легко найти нужное лекарственное средство и без проблем взять его с полки. Все торговое оборудование используется рационально. Можно с уверенностью сказать, что оформление витрин, освещение и комфортный температурный режим способны привлечь и удержать в торговом зале целевых и случайных покупателей. Проанализировав внешние факторы конкурентоспособности, мы видим, что аптека «Радуга» занимает лидирующее положение по отношению к представленным нами конкурентам на рынке. А аптечная сеть ООО «Роста» занимает 6 место в России среди конкурентов по объему продаж.

Проблемы, которые были выявлены нами в проделанной работе, являются очень актуальными на сегодняшний день. К ним относятся средний ассортимент фармацевтической продукции, высокий уровень цен на препараты, неудобный режим работы аптек для покупателей.

Перечислим перспективы повышения конкурентоспособности аптек. Ими являются:

- поддержание высокого уровня товарооборота и максимизации прибыли;
- расширенный ассортимент таких групп товаров, как лечебная косметика, ортопедические изделия, эфирные масла и др.;

- круглосуточный режим работы аптек;
- сервис в аптеке, к которому можно отнести заказы через интернет, справочную службу;
- возможность самостоятельно измерить давление в торговом зале аптеки;
- консультация врача;
- отдел оптики;
- необычные скидки;
- детский уголок (пока взрослые стоят в очереди, ребенок может сесть за стол и порисовать).

Повышение конкурентоспособности аптеки является долгосрочным и последовательным процессом поиска и реализации управленческих решений. Каждая организация старается удержать свои конкурентные преимущества, сохранить высокие позиции на рынке и быть прибыльной.

Список литературы

1. Аптеки в Санкт-Петербурге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spbmed.info/pharmacy/>