

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

УДК 334.72

Тренина Ирина Алексеевна,

д.э.н., зав. кафедрой менеджмента и государственного управления

ФГБОУ ВО «ОГУ имени И.С. Тургенева»,

г. Орел

МОДЕЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ФАРМАБИЗНЕСА В РАМКАХ СОВРЕМЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ THE ORGANIZATION OF THE FARM BUSINESS WITHIN THE FRAMEWORK OF THE MODERN CONCEPT OF HEALTH

Аннотация. В статье определены элементы успеха фармабизнеса, в так же основные этапы процесса его организации, предполагаемые результирующие показатели и факторы возможного риска.

Ключевые слова: фармабизнес, организация, здравоохранение.

Фармабизнес является одним из самых стабильных и перспективных в сфере здравоохранения. Потребность в лекарственных препаратах не только не уменьшается, а наоборот, увеличивается с каждым годом. Для удачного старта необходимо правильно провести организационные мероприятия и разработать грамотную стратегию развития.

Данный вид бизнеса подразумевает высокие инвестиционные вложения, однако он также имеет высокую рентабельность.

В качестве основных элементов успеха в этом случае выступают:

- высокая наценка на лекарственные средства;
- стабильный высокий спрос;
- большой ассортимент;
- доступное местоположение;
- высокий средний чек;
- высокое качество обслуживания.

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

Аптеки всегда были выгодным бизнесом, а в наше время стали еще более актуальным и прибыльным делом. Сфера деятельности организации - продажа фармацевтических и парафармацевтических препаратов.

Наиболее удачные месторасположения аптек - крупные торговые центры с высоким трафиком проходимости людей.

Ряд законов устанавливает четкие функциональные обязанности каждого учреждения, которое реализует лекарственные средства.

К основным функциям аптеки можно отнести следующие:

- продажа людям и заведениям здравоохранения лекарственных и гомеопатических средств. Продажа возможна как по рецепту лечащего врача, так и без него.

- продажа средств личной гигиены, медицинских изделий, различных аппаратов. Также аптеки могут продавать лекарственное сырье, изготовленное на растительной основе.

- расфасовка лекарств и растительных препаратов с целью дальнейшей продажи.

- продажа лекарственных средств и препаратов категориям людей, которые имеют льготы в соответствии с внутренним законодательством страны.

- консультация и информирование людей относительно приема препаратов, их хранения, их эффекта и влияния на организм человека.

- оказание первой медицинской помощи, если это понадобится в экстренном случае.

Согласно данным Росстата, за последние 10 лет средний годовой темп роста индекса физического объема розничной продажи фармацевтических, медицинских и ортопедических товаров составляет 8,3%. Динамика данного показателя представлена в таблице 1.

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

Таблица 1.

Индексы физического объема розничной продажи фармацевтических, медицинских и ортопедических товаров за 2008-2017 гг., %

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Фармацевтические, медицинские и ортопедические товары	119,8	120,9	114,7	105,0	109,4	104,9	105,0	103,7	105,8	94,1

Данные показатели говорят о росте фармацевтической сферы. Хотя в 2017 году наблюдается небольшой спад в связи с резким удорожанием импортных лекарственных средств, это не делает данную сферу менее перспективной. Для наиболее удачного вхождения на данный рынок необходимо понять свою целевую аудиторию, а также разработать наиболее эффективные способы продвижения продукции.

При определении целевой аудитории необходимо учитывать то, что наиболее перспективный сегмент для аптек – это женщины, как работающие, так и домохозяйки, в возрасте от 30 до 45 лет, преимущественно имеющие детей. Они ценят свое время, тратят деньги с умом, любят радовать своих близких, отвечают за здоровье и благополучие своей семьи и детей.

Они хотят видеть в аптеке не только медикаменты, но и товары для красоты и здоровья, детское питание. Здесь главным является удобство выбора, быстрота обслуживания, уют, доброжелательная атмосфера.

3) Продажи и маркетинг

За несколько недель до открытия аптеки стоит начать заниматься рекламой. Способы привлечения новых клиентов:

- реклама в социальных сетях;
- реклама в местных средствах массовой информации, транспортная реклама;

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

- раздача промо-листовок.

В разработке рекламной кампании важно учитывать следующие основные нюансы:

- уделить внимание брендингу. Очень важно подобрать яркий, запоминающийся бренд. Важно, чтобы потребитель был привязан именно к названию, обстановке, а не к адресу магазина и работающему в нем персоналу. К тому же, именно бренд помогает вызвать доверие покупателя, развить в нем лояльность к магазину;

- реклама в интернете (реклама в социальных сетях);

- система лояльности. Предложите всем новым покупателям скидочную карту, либо же карту, на которой они могут накапливать бонусные балы. Это позволит привлечь новых клиентов, и удержать старых. Люди всегда рады, если им предоставляют скидку, пускай это будет и 2-3%;

- ценовая политика. Всегда отслеживайте цены у конкурентов. Вы должны держать их на уровне, или в пределах $\pm 3-5\%$ на дорогие товары, и $\pm 10\%$ на товары средней и низкой ценовой категории;

- при открытии необходимо разместить в зале препараты, которые активно продвигаются дистрибьютором или производителем и имеют на данный момент мощную рекламную кампанию в СМИ;

- сделать открытую выкладку товаров, что повышает продажи на 20-30%.

4) План производства

Основная цель фармабизнеса - максимизация прибыли аптеки и увеличение объемов реализации лекарственных средств.

1 этап - обзор рынка недвижимости для подбора оптимального помещения. Особенности поиска места. Для открытия аптеки лучше рассматривать крупные торговые центры.

Требования к помещению аптеки:

- площадь помещения для аптеки должна быть не менее 12 квадратных

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

метров.

- обязательно в помещении должно быть хорошее освещение, кондиционирование, система вентиляции.

2 этап - оформление юридического лица.

Организовывая собственную аптеку, особое внимание необходимо уделить организационно-правовым вопросам. Очень важно владеть всей необходимой информацией и работать по закону, чтобы избежать различных штрафов.

- организационно-правовая форма – ООО;

- предпринимателю выгоднее выбрать УСН «Доходы минус расходы» 15%;

- аптечная деятельность требует обязательного лицензирования. Это самая трудная и длительная часть. На получение всех уведомлений, разрешений и лицензии может уйти примерно два месяца, а у неопытного и до полугода. Получение лицензии предполагает:

1) требования к реконструкции, оборудованию и оснащению (водоснабжение, водоотведение, вентиляция, зоны доступа, холодильники, шкафы и т.д.);

2) соответствующее документационное оформление, в том числе требования к договорам аренды (субаренды);

3) требования к специалистам: провизорам и фармацевтам (их стаж работы не может быть менее 3-х лет);

4) если форма собственности ИП, то индивидуальный предприниматель должен быть дипломированным фармацевтом, иначе нужно регистрировать предприятие, как акционерное общество.

- необходимо получить разрешение СЭС на ведение данного вида деятельности. Как правило, заключение СЭС выдается на определенное помещение и на четко указанный период времени. Если вы решите поменять распо-

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

ложение вашей аптеки, то нужно заново получать заключение санитарно-эпидемиологической службы.

- нужно заключить договора с организациями, которые будут заниматься уборкой и дезинфекцией помещения, а также вывозом твердых бытовых отходов.

- необходимо разработать документацию, которая будет регулировать внутреннюю работу аптеки (регламент, режим работы, трудовые договора и т.д.)

3 этап заключается в следующем:

- подбор персонала;
- поиск поставщиков;
- рекламная кампания;
- ремонт помещения;
- закупка необходимой мебели;
- установка техники;
- торжественное открытие;
- рекламная кампания по плану годовых акций;
- текущая работа аптеки.

5) Организационная структура

Штатное расписание:

- директор – 1 человек;
- продавец/фармацевт – 2 человека.

Общее количество персонала – 3 человека.

Любой бизнес, чем бы вы ни занимались, основывается на грамотных и квалифицированных кадрах. Если вы собираетесь открывать аптеку, то к подбору персонала следует отнестись с особым вниманием.

Требования ко всем кандидатам:

- активная жизненная позиция;

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

- высокие коммуникативные умения;
- доброжелательность;
- честность;
- дисциплинированность;
- ответственность.

Изготовлением и продажей различных медикаментов могут заниматься лишь специалисты с должным медицинским образованием. Как правило, в аптеках работают фармацевты, получившие образование в колледжах и институтах.

Сотрудники аптеки должны хорошо знать ассортимент лекарств, свободно ориентироваться в нем и быть способными дать квалифицированный совет. Руководству компании необходимо повышать заинтересованность кадров в работе, гарантируя им карьерный рост. У сотрудников аптеки не будет никаких ограничений при продвижении по службе, кроме достижений в работе и степени компетентности. Важным аспектом является также спокойная и доброжелательная атмосфера в коллективе, обеспечивающая высокую производительность труда. При подборе персонала руководству компании нужно учитывать фактор психологической совместимости персонала. Кроме того, заинтересованность сотрудников должна стимулироваться постоянным ростом зарплаты, темпы которой будут составлять примерно 100% за три года.

Предполагаемый фонд заработной платы представлен в таблице 2.

Таблица 2.

Фонд заработной платы сотрудников аптеки

Персонал	Зарплата на 1 сотрудника (руб.)	Количество сотрудников	Зарплата Итого (руб.)
Директор	30000	1	30000
Продавец/фармацевт	20000	2	40000
Общий фонд ЗП		3	70000

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

б) Финансовый план

Инвестиционные затраты на открытие данного бизнеса составляют в среднем 1010000 руб. Детальная расшифровка затрат представлена в таблице 3.

Таблица 3.

Затраты на организацию фармабизнеса, в рублях

Мероприятия по организации бизнеса	Сумма затрат
Аренда помещения	10000
Ремонт помещения	50000
Холодильное оборудование	60000
Торговое оборудование	40000
Кассовое оборудование	20000
Компьютеры	30000
Программное обеспечение	20000
Лицензии	50000
Рекламная кампания	30000
Обучение персонала	30000
Прочие расходы	20000
Итого (без учета вложений в закупку товара):	360000

План продаж строится исходя из следующих данных. Среднее число покупателей 80-200 ч/день, средний чек 350-450 руб. Прогнозируется постепенное увеличение объемов продаж в первые 2 года реализации проекта. Таким образом, рассматриваемый базовый сценарий является реалистичным, и проект обладает резервом увеличения объемов продаж в случае удачного вхождения на рынок.

В ежемесячные затраты входят как постоянные так и переменные издержки (прямые расходы), зависящие от объемов продаж. Наценка на товар составляет 20-25%. Однако, существует перечень жизненно важных лекарств, цена которых регулируется государством.

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

В таблице 4 представлены усредненные ежемесячные издержки.

Таблица 4.

Усредненные ежемесячные издержки предприятия, в рублях

Элементы издержек	Сумма
Закупка товаров	126000
Аренда торгового помещения	10 000
Зарплата директора	30 000
Зарплата продавца/фармацевта(2 человека)	40 000
Реклама	10 000
Бухгалтерия (удаленная)	3 000
Страховые взносы	24 000
Итого:	243000

Финансовый результат за первые 2 года деятельности представлен в таблице 5. Средняя чистая прибыль за первые 2 года работы составит 22780 руб.

Таблица 5.

Финансовый результат деятельности организуемой аптеки

Показатель	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Выручка	79000	86250	90000	93750	97500	10125	10500	11075	11250	11800	12525	12900	15500	16350	17200	18050	18900	19750	20600	21450	22300	23150	24000	24850
Ежемесячные затраты	85000	87000	89000	91000	93000	95000	97000	100000	103000	106000	110000	115000	125000	130000	135000	140000	145000	150000	155000	160000	170000	175000	180000	190000

Теоретические и прикладные аспекты развития современной науки и образования

нодательства, желательны консультации со специалистами-фармацевтами, либо самостоятельное глубокое изучение темы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Российский аптечный сектор: ключевые тенденции развития [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://pharmvestnik.ru/publs/farmvizor/obrazovanie-i-karjera/rossijskij-aptechnyj-sektor-kljuचेvye-tendentsii-razvitija.html>*
2. *Тронина, И.А. Современное состояние и перспективы развития фармацевтического кластера в России / И.А. Тронина, Ю.А. Суханова // Менеджмент современных технологий в интегрированных структурах: материалы XIV международной научно-практической конференции (26-27 апреля 2018 г., Орел). Орел: ФГБОУ ВО «ОГУ имени И.С. Тургенева», 2018. – С. 119-125.*