

Концептуальные основы формирования конкурентоспособного потенциала аптечных сетей

В статье сформулированы концептуальные основы управления конкурентоспособным потенциалом предприятий аптечной торговли на основе принципов системного подхода. Автором предложен ресурсно-ориентированный подход к управлению конкурентоспособным потенциалом, способствующий достижению конечного практического результата коммерческой деятельности предприятия аптечной торговли путем реализации в единстве и взаимосвязи стратегии и тактики активного приспособления к потребностям и спросу потенциальных покупателей.

Ключевые слова: конкурентоспособность, потенциал, аптечная сеть, фармацевтический рынок, неэластичный спрос.

Постановка проблемы

Проводимые в стране антикризисные мероприятия, направленные на регулирование различных отраслей и сфер национальной экономики, влияют на повышение эффективности функционирования, стабильность роста и сбалансированное развитие хозяйствующих субъектов, в том числе операторов фармацевтического рынка. Эффективное функционирование и долгосрочное развитие предприятий аптечной торговли зависит от решения комплекса организационно-экономических проблем, вызывающих необходимость учета нестабильности рыночной среды, возрастания колебаний объема и структуры неэластичного спроса, а также возможностей неценовой конкуренции.

Обеспечение высоких темпов и качества экономического развития предприятий аптечной торговли предполагает решение одной из сложнейших стратегических задач – повышение конкурентоспособности, тесно связанное с активизацией процессов повышения качества обслуживания, внедрением новых технологий в практику продаж и расширением ассортимента лекарственных препаратов.

Особую актуальность приобретает необходимость обеспечения гибкости потенциала аптечных сетей, свидетельствующей о возможностях адаптации коммерческой системы к сегментной структуре фармацевтического рынка, использование новых форм обслуживания и взаимодействия в цепочке «лечебно-профилактическое учреждение – пациент-потребитель», модернизацию материально-технической аптечной сети. В условиях значительного сокращения ресурсов развития и замедления темпов роста фармацевтического рынка по отдельным сегментам (БАД, медтехника и т.д.) повышается роль теории и практики управления конкурентоспособностью предприятий аптечной торговли как важнейшего фактора долгосрочного эффективного их функционирования.

Загорная Татьяна Олеговна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия Макеевского экономико-гуманитарного института; Шаповалов Филипп Александрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия Макеевского экономико-гуманитарного института.

Анализ исследований и публикаций

Существенный вклад в развитие теории управления сложными социально-экономическими системами и в решение проблем регулирования рыночных процессов внесли работы ряда российских и отечественных ученых, к числу которых относятся: Азоев Г.А. [1], Балабанова Л.В. [2], Воронкова А.Э. [3], Градов А.П. [4], Иванов Ю.Б. [5], Поддубная Л.И. [6], Фатхутдинов Р.А. и др.

Теоретические и методические вопросы создания устойчивых конкурентных преимуществ хозяйствующих субъектов нашли отражение в научных трудах зарубежных ученых, в числе которых: Аакер Д., Портер М., Стрикленд А., Томпсон А., Уильямсон О. и др. Развитию методов анализа, оценки и экономико-математического моделирования потенциала посвящены научные труды известных ученых: Абалкина Л.И., Анчишкина А.И., Авдеев В.Н., Котлова В.А. [7], Балацкого О.Ф. [8], Львова Ю.А., Репиной И.Н. [9], Петровича И.М. и др. Вопросы управления развитием предприятий аптечной торговли в условиях рыночной экономики находят свое отражение в работах отечественных ученых: Азарян Е.М. [10], Шубина А.А. [11], Джоджуа Р.А. [12] и др.

Вместе с тем ряд вопросов методологического характера, связанных с формированием и реализацией конкурентной стратегии предприятий аптечной торговли путем эффективного использования потенциала как основы создания их конкурентных преимуществ, остаются недостаточно глубоко изученными. В рамках данной статьи предпринимается попытка разработки концептуальной модели управления конкурентоспособным потенциалом предприятий аптечной торговли, отражающей принципы и методы его формирования, анализа и оценки эффективности использования, обеспечивающие долгосрочное устойчивое их позиционирование на рынке.

Целью исследования является усовершенствование методики анализа и оценки эффективности использования конкурентоспособного потенциала аптечных сетей. Реализация разработанных теоретических и методологических положений, методов и моделей позволит обосновать принципы и методы маркетингового и ресурсного подходов к управлению обеспечением конкурентоспособности потенциала предприятий аптечной торговли.

Основные результаты

Ключевым понятием, выражающим сущность и характер проявления рыночных отношений в сфере продажи лекарственных препаратов, является конкуренция, определяемая структурой фармацевтического рынка и уровнем развития его отдельных сфер, а также способами, которыми торговые предприятия, руководствуясь в конкурентной борьбе стремлением превзойти других, достигают конкурентных преимуществ. Конкурентные преимущества предприятий аптечной торговли обеспечиваются при условии рационального соотношения качества обслуживания и цены лекарственных препаратов, которая позволяла бы не только удовлетворять потребности потребителя, но и формировать долгосрочную лояльность к аптечной сети, т.к. рекомендации фармацевта при безрецептурном отпуске лекарственных препаратов напрямую влияют на безопасность и здоровье потребителя, формируя тем самым особую систему потребительской ценности товара и источников конкурентных преимуществ.

Динамика отечественного фармацевтического рынка и рынка лекарственных средств с начала 2010 года характеризовалась волнообразным развитием. Без сомнений, все колебания на розничном сегменте обусловлены динамикой наиболее значимой категории товаров «аптечной корзины». Объем закупок объединенного рынка медикаментов в первом полугодии 2010 г. уменьшился на 9,5% в денежном выражении и на 4,3% в натуральном по отношению к аналогичному полугодии прошлого года. Розничный сегмент рынка медикаментов продемонстрировал такие динамические показатели первого полугодия 2010 года по отношению к аналогичному периоду 2009: в натуральном выражении –2,7%, в гривнах +42,6%, в долларах США –7,0%, в евро +6,0%. Несмотря на пессимистические прогнозы ряда аналитиков, ситуация по-прежнему укладывается в рамки прогноза: темп прироста рынка лекарственных средств 2010 года, в долларах США, составит от –10% до –12%.

В рамках изучения проблем роста конкурентоспособного потенциала аптечной сети ключевыми индикаторами анализа должны выступать динамика объемов реализации лекарственных средств и ценовые диапазоны – основы политики пополнения товарных запасов. При анализе изменений в розничном сегменте рынка медикаментов по ценовым категориям убедительным выглядит рост удельного веса товаров, относящихся к наиболее дешевой группе (до 1 долл. США за упаковку), в первом полугодии 2010 г. по отношению к аналогичному периоду 2009 г. Сегмент лекарственных средств от 10 до 20 долл. увеличил свою рыночную долю в денежном объеме рынка и незначительно сократил удельный вес в натуральном выражении. Рыночные доли медикаментов остальных ценовых категорий уменьшились более заметно при оценке рынка в упаковках и менее существенно в деньгах (табл. 1).

Таблица 1 – Рыночная доля товаров определенной ценовой категории в объеме розничного сегмента рынка, выраженного в стоимостных единицах

Ценовая категория, долл.	Доля в первом полугодии 2008 г.	Доля в первом полугодии 2009 г.	Темп прироста
<1	14,56%	15,00%	3,0%
>20	8,6%	8,2%	–4,6%
От 1 до 5	42,44%	42,02%	–1,0%
От 10 до 20	11,88%	12,44%	4,7%
От 5 до 10	22,51%	22,34%	–0,8%

В закупках госпитальных учреждений по-прежнему преобладают рецептурные препараты (более 92% в денежном выражении и около 87% в упаковках). По итогам первого полугодия 2010 года ситуация практически не изменилась.

Экспресс-диагностика параметров фармацевтического рынка позволяет перейти к решению поставленной проблемы с теоретической стороны. На наш взгляд, конкурентоспособный потенциал является обобщающей характеристикой эффективности функционирования предприятий аптечной торговли. Выступая в единстве пространственных и временных характеристик, конкурентоспособный потенциал концентрирует в себе одновременно три уровня связей и отношений: представляет собой совокупность свойств, накопленных торговым предприятием в процессе его становления, и характеризует его способность к функционированию и развитию; характеризует фактическое использование возможностей аптечной сети, что

позволяет провести различие между реализованными и нереализованными возможностями (резервами); ориентирован на развитие, в ходе которого приобретает новые силы и способности.

Содержание понятия «конкурентоспособный потенциал» можно определить как совокупные возможности торгового предприятия создавать, сохранять и развивать устойчивые конкурентные преимущества для обеспечения долгосрочной эффективной деятельности на рынке. Наиболее объективным методом исследования состава элементов конкурентоспособного потенциала торгового предприятия – аптечной сети как сложной системы является системный подход, позволяющий соблюдать закономерности организации управления, принципы организации управления и методы совершенствования управления. Ресурсно-ориентированный подход основывается на методах количественной интерпретации полученных финансовых результатов и вовлечения скрытых возможностей предприятия. Критерием наращивания величины конкурентоспособного потенциала является максимальное увеличение товарооборота аптечной сети.

Немаловажным условием эффективности управления конкурентоспособным потенциалом является взаимосвязь результатов деятельности предприятия аптечной торговли с этапами жизненного цикла конкурентных преимуществ. С этой целью предлагаются методические положения по структурированию элементов системы управления и формированию на этой основе организационно-экономического механизма управления конкурентоспособным потенциалом торгового предприятия, предусматривающего комплексное функционирование элементов экономического потенциала предприятия и его преобразование в конкурентоспособный потенциал в зависимости от стадий жизненного цикла конкурентного преимущества торгового предприятия. Учитывая, что аптечная сеть стремится достичь наибольшего суммарного потенциала при прохождении всех этапов своего жизненного цикла, для решения проблем управления конкурентоспособным потенциалом может быть использована следующая математическая зависимость:

$$\sum_{j=1}^n (\alpha_j \times P_j) \Rightarrow P_{\max} , \quad (1)$$

$$P_j = \sum_{i=1}^m (P_{ij}); \quad \alpha_j = f_j(\alpha_{j+1}, \dots, \alpha_{n-1}), \quad (2)$$

где P_j – потенциал системы на j -м этапе жизненного цикла; P_{ij} – потенциал i -й подсистемы в сфере (формат торговли, экономика, организация и т.д.) и на j -м этапе; α_j – весовой коэффициент влияния потенциала на j -м этапе жизненного цикла; n – количество этапов жизненного цикла; m – количество подсистем; P_{\max} – запланированные результаты; f_j – функция влияния каждого потенциала.

Значение стратегии синергизма заключается в том, что она помогает получить более высокую рентабельность продаж при комплексном управлении элементами конкурентоспособного потенциала, чем в ситуации, когда они управляются отдельно. С этих методологических позиций диагностика конкурентоспособного потенциала предприятия аптечной торговли представляет собой комплексное исследование, которое проводится в целях определения эффективности используемых ресурсов и

конкурентных возможностей. В работе определен конкурентоспособный потенциал предприятия аптечной торговли и сгруппированы основные показатели эффективности использования его элементов (табл. 3).

Таблица 3 – Система показателей эффективности использования конкурентоспособного потенциала предприятия аптечной торговли

Интегральная эффективность потенциала	Показатели эффективности
1. Эффективность имущественного потенциала (\mathcal{E}_n): $\mathcal{E}_n = a_{11} I + a_{12} P + a_{13} K_{mn}$	Издержки товародвижения (I). Ресурсоотдача (P). Коэффициент использования торговой площади (K_{mn})
2. Эффективность финансово-инвестиционного потенциала (Φ_n): $\Phi_n = a_{21} K_{авт} + a_{22} K_n + a_{23} K_{ликв} + a_{24} K_o$	Коэффициент автономии (K_a). Коэффициент платежеспособности (K_n). Коэффициент абсолютной ликвидности ($K_{ликв}$). Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (K_o)
3. Эффективность маркетингового потенциала (\mathcal{E}_m): $\mathcal{E}_m = a_{31} P_n + a_{32} K_{отз} + a_{33} K_p$	Рентабельность продаж (P_n). Коэффициент оборачиваемости товарных запасов ($K_{отз}$). Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта (K_p)
4. Эффективность рыночного потенциала (\mathcal{E}_p): $\mathcal{E}_p = a_{41} D_p + a_{42} TP_{pn}$	Доля рынка (D_p). Темп роста рентабельности продаж (TP_{pn})
5. Эффективность потенциала качества обслуживания (\mathcal{E}_k): $\mathcal{E}_k = a_{51} K_u + a_{52} K_{pu}$	Удельный вес затрат на новые технологии продаж в объеме товарооборота – коэффициент инновационности (K_u). Доля расходов на информационную обработку заказов в общих расходах предприятия (K_{pu})
6. Эффективность кадрового потенциала (\mathcal{E}_{kn}): $\mathcal{E}_{kn} = a_{61} \Pi + a_{62} \mathcal{Z}_p$	Производительность труда (Π). Доля затрат на заработную плату в производственной себестоимости (\mathcal{Z}_p)
7. Эффективность организационного потенциала (\mathcal{E}_{on}): $\mathcal{E}_{on} = a_{71} \mathcal{E}_y + a_{72} Y_n$	Доля затрат на управление в общей сумме издержек предприятия (\mathcal{E}_y). Доля управленческого персонала в общей численности персонала (Y_n)

Интегральный показатель эффективности использования конкурентоспособного потенциала рассчитывается по модели

$$\hat{E}\hat{I} = \sqrt[7]{\hat{Y}_i \cdot \hat{O}_i \cdot \hat{Y}_i \cdot \hat{Y}_o \cdot \hat{Y}_e \cdot \hat{Y}_{ei} \cdot \hat{Y}_{ii}} \quad (4)$$

Для формализации критериев и оценки эффективности конкурентоспособного потенциала могут быть использованы элементы теории нечетких множеств. Отправной точкой реализации концепции управления конкурентоспособным потенциалом являются оценка и мониторинг ресурсного потенциала, осуществляемые по следующему алгоритму: выявление структуры ресурсного потенциала; анализ конкурентных преимуществ и слабых сторон деятельности предприятия; формирование методики диагностики ресурсного потенциала, оценка элементов, образующих

потенциал; выявление синергетического влияния элементов; интегральная оценка ресурсного потенциала как основы конкурентоспособности предприятия; разработка общей и локальных стратегий по укреплению и развитию ресурсного потенциала.

Согласно нечеткой реляционной модели, если $\tilde{O} = \{\tilde{o}_1, \tilde{o}_2, \dots, x_n\} = \{\tilde{o}_i, i = \overline{1, n}\}$ – множество альтернатив, которые подлежат оценке и ранжированию, а $K = \{k_1, k_2, \dots, k_n\} = \{k_j, j = \overline{1, m}\}$ – множество критериев, характеризующих альтернативы, то степень удовлетворения альтернативы x_i критерию k_j представляется функцией принадлежности $\varphi(x_i) \rightarrow [0,1]$, то есть $p_i(x_i) \cdot k \rightarrow [0,1]$.

Коэффициенты относительной важности каждого критерия определяются формулой

$$w_{k_j} = \sum_{l=1}^L K_{jl} \times \left(\sum_{j=1}^m \sum_{l=1}^L K_{jl} \right)^{-1}. \quad (5)$$

Сумма коэффициентов относительной важности одновременно рассматриваемых критериев для каждого уровня равна 1 ($\sum_{j=1}^m w_{k_j} = 1$). Для определения степени удовлетворения функций принадлежности альтернативы x_i частным критериям $k_{j1}, k_{j2}, k_{j\delta}$ каждому элементу подмножества критериев k_j присваиваются качественные градации («хорошо», «нормально», «плохо»), и определяются их нечеткие соответствия.

Конкурентоспособный потенциал оказывает наибольшее влияние не только на конечные результаты деятельности, но и на пределы экономического роста и структурного развития всей аптечной сети. Эффективное его использование предполагает декомпозицию стратегических целей и задач управления по элементам сети, подразделениям и исполнителям, которая предусматривает: четкое определение числа элементов торговой сети, которые должны быть ориентированы на организационное обеспечение достижения целей; проверку однородности целей каждого подразделения; рациональное распределение прав и ответственности на разных уровнях управления, исходя из иерархии целей; установление последовательности и характера работ по достижению конечных целей; оценку эффективности различных вариантов организационных решений; разработку систем оценки и стимулирования труда, исходя из конечных результатов работы подразделения.

Выводы

Эффективность использования конкурентоспособного потенциала зависит как от эффективного использования каждого из его элементов, так и от их взаимодействия. Именно сбалансированность элементов конкурентоспособного потенциала является основным условием полной его реализации, поскольку неэффективность одного из них выступает сдерживающим фактором в развитии конкурентоспособного потенциала.

1. *Азоев Г. Л.* Конкурентные преимущества фирмы [текст] / Г. Л. Азоев, А. Л. Челенков. – М. : ОАО «Типография «Новости», 2000. – 256 с.
2. *Балабанова Л. В.* Управление конкурентоспособностью предприятия на основе маркетинга [текст] / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с.

3. *Воронкова А. Э.* Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография [текст] / А. Э. Воронкова. – Луганск : ВНУ, 2000. – 315 с.
4. *Экономическая стратегия фирмы* : учебн. пособие [текст] ; под ред. А. П. Градова – СПб. : Наука, 1996. – 415 с.
5. *Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства* : монографія [текст] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, професора Ю. Б. Іванова, д-ра екон. наук, професора О. М. Тищенко – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
6. *Піддубна Л. І.* Конкурентоспроможність економічних систем: теорія, механізм регулювання та управління [текст] / Л. І. Піддубна.– Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.
7. *Авдеенко В. Н.* Производственный потенциал промышленного предприятия [текст] / В. Н. Авдеенко, В. А. Котлов. – М. : Экономика, 1989. – 240 с.
8. *Экономический потенциал административных и производственных систем* : монография [текст] ; под общ. ред. О. Ф. Балацкого. – Сумы : ИТД „Университетская книга”, 2006. – 973 с.
9. *Репіна І. М.* Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління [текст] / І. М. Репіна // Вісник Української академії державного управління при Президентові України. – 1998. – № 2. – С. 262–271.
10. *Азарян О. М., Шаповалов П. О.* Передумови використання маркетингу в системі охорони здоров'я [текст] / О. М. Азарян, П. О. Шаповалов // Торгівля і ринок України : тем. зб. наук. пр. з проблем торгівлі та громадського харчування. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2004 – Т 2. – С. 167–172.
11. *Шубин А. А., Морозова Н. И.* Изучение системы взаимодействия субъектов рынка с использованием маркетинговых инструментов [текст] / А. А. Шубин, Н. И. Морозова // Вестник ХНУ. Економічні науки. – 2009. – № 4. – Т. 2 (133). – С. 12–18.
12. *Джоджуа Р. А.* Управління комунікаційним процесом на фармацевтичному ринку [текст] / Р. А. Джоджуа // Торгівля і ринок України : тем. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2008. – Т. 2 – С. 36–41.
13. *Эсетова А. М., Махмудова З. А.* Формирование экономических условий для вывода на рынок конкурентоспособной инновационной продукции отечественных производителей [текст] / А. М. Эсетова, З. А. Махмудова // Инновации. – 2008. – № 2 (112). – С. 50–55.

Получено 20.05.2010 г.

Т.О. Загорная, П.О. Шаповалов

Концептуальні основи формування конкурентоспроможного потенціалу аптечних мереж

У статті сформульовано концептуальні основи управління конкурентоспроможним потенціалом підприємств аптечної торгівлі на основі принципів системного підходу. Авторами запропоновано ресурсно-орієнтований підхід до управління конкурентоспроможним потенціалом, що сприяє досягненню кінцевого практичного результату комерційної діяльності підприємства аптечної торгівлі шляхом реалізації і взаємозв'язку стратегії і тактики активного пристосування до потреб і попиту потенційних покупців.

Ключові слова: конкурентоспроможність, потенціал, аптечна мережа, фармацевтичний ринок, нееластичний попит.

T.O. Zagornaya, F.A. Shapovalov

Conceptual bases of the shaping the competitive potential of the medicine networks

In article are worded conceptual bases of management competitive potential medicine trade enterprises basing on the system approach principle. It is offered resource-oriented approach to competitive potential management, which promotes the achievement of the final practical result to commercial activity of the medicine trade enterprise to realization in unity and intercoupling to strategies and tactics of the active adjustment to need and demand of the potential buyers.

Keywords: competitiveness, potential, pharmacy network, pharmaceutical market, inelastic demand.