

Франчайзинг, как форма развития фармацевтического бизнеса

Мартинец В.В., Пономаренко Е.В.

В современных условиях рыночной экономики фармацевтический рынок в Украине как и любой другой, развивается и имеет следующие особенности: чрезвычайно широкий ассортимент товарных наименований, наличие товаров заменителей, с одной стороны, и рецептурный отпуск конкретных наименований, с другой, строгие ограничения по срокам годности товаров, товары одного наименования могут иметь нескольких производителей с разными ценами, отличаются фасовкой, дозировкой, при сетевой структуре важное значение приобретают внутреннее перемещение товаров между торговыми точками, у многих товаров есть ярко выраженные сезонные колебания, причем их период и фаза для разных товаров могут быть совершенно различными.

Сейчас на фармацевтическом рынке очень большая конкуренция и возникает проблема выживания, расширения и развития отдельного фармацевтического предприятия или сети, решением данных проблем может стать внедрение франчайзингу - покупка торговой технологии и торговой марки.

Появление франчайзинга на аптечном рынке - свидетельство его роста, такая схема поможет снизить расходы на развитие и повысить товарооборот. На Западе каждые три из четырех обычных фирм закрываются в течение 5 лет. Не разоряются только франчайзинговые компании: их "вытягивает" из любого кризиса раскрученный торговый бренд. Известен опыт франчайзинга и аптечному бизнесу: по этому принципу работает, например, американская компания "Медицин Шоппе Интернэшнл", насчитывающая на сегодняшний день более 900 аптек.

Однако говорить о том, система франчайзинга успешна и приживется на украинском рынке, явно преждевременно. На сегодняшний день ни одна аптечная сеть в Украине не рискнула строить отношения по этой схеме, исходя из того, что пока по данным исследований, аптечные бренды недостаточно известны потребителю, присутствуют на рынке контрафактных медикаментов и контролировать все закупки аптек-франчайзи затруднительно. Однако существует ряд преимуществ благодаря которым применение

франчайзинговой схемы в аптечном бизнесе является основанием выхода его на новый более эффективный уровень развития.

Франчайзинг дает аптекам нечто большее, чем просто новую вывеску на фасаде. Успешный опыт и безупречная репутация - вот главное в этой схеме. Преимущества франчайзинга как формы развития бизнеса специалисты видят, прежде всего, в разнообразии условий сотрудничества с брэнд-компанией, при этом не затрагивается юридическая и финансовая самостоятельность субъектов.

Работа под известной маркой обеспечивает аптеке дополнительный приток клиентов и, как следствие, дает увеличение объемов продаж и прибыли. Таким образом, экономические преимущества франчайзинга очевидны: для франчайзора - расширение сбыта продукции практически без дополнительных инвестиций, для франчайзи - минимальный риск разорения на первоначальном этапе деятельности или расширение своего бизнеса, и, наконец, для потребителей - своевременное удовлетворение спроса с учетом особенностей местного рынка.

Важной частью франчайзингового проекта является определение доходной части франчайзора, связанной с запуском франчайзингового проекта. Если целью данного проекта является получение постоянного дохода:- от увеличения объемов продаж продукта франчайзора, у которого франчайзи закупает товар для последующей его реализации. В таких случаях «роялти» практически не платится, а паушальный взнос выступает оплатой первой поставки товара - от выплачиваемых франчайзи «роялти» за право работать под единой торговой маркой;- от продаж франчайзи оборудования, технического оснащения, сырья и аксессуаров для производства основного продукта или услуги.

По расчетам стоимость аптечной франшизы в Украине будет в среднем составлять 75-130 тыс. грн. (в зависимости от срока договора от 5 до 10 лет), роялти 5%.

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что в Украине целесообразно создать собственную франчайзинговую схему работы фармацевтических предприятий, что даст возможность контроля качества реализуемой продукции, проведения единой ценовой политики, оптимизации издержек, и повышения эффективности деятельности в целом.