

УДК 330

**ОБЗОР РЫНКА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ НА  
ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ООО «БРИГ-МВ»****Сысоев Александр Евгеньевич**

бакалавриат

**Научный руководитель: Лебединская Юлия Сергеевна,**

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»,

город Владивосток

***Аннотация.** В статье произведен обзор Российской отрасли фармацевтической продукции, в частности, рассмотрены виды сбыта, жизненный цикл, угрозы, оценка внешних факторов, конкурентоспособность на примере компании Бриг-МВ.*

*The article provides an overview of the Russian pharmaceutical industry, in particular, the types of sales, life cycle, threats, assessment of external factors, competitiveness on the example of the company Brig-MV.*

***Ключевые слова:** отраслевой анализ, жизненный цикл, конкурентоспособность, оптовая торговля, стратегическое развитие, сбыт продукции, угрозы, рентабельность*

***Keywords:** industry analysis, life cycle, competitiveness, wholesale trade, strategic development, product sales, threats, profitability*

Отраслевой анализ — это инструмент оценки рынка, используемый предприятиями, маркетологами и аналитиками для понимания конкурентной динамики отрасли. Целью отраслевого анализа является определение привлекательности отрасли и отдельных товарных рынков внутри отрасли. Кроме того, такой анализ позволяет понять структуру и динамику отрасли, характерные для нее

возможности и существующие угрозы, выделить движущие силы развития отрасли, определить ключевые факторы успеха отрасли и с учетом этого разрабатывать стратегию поведения предприятия на рынке. Проведем отраслевой анализ на примере компании ООО «Бриг-МВ». Основной вид деятельности организации - оптовая торговля фармацевтической продукции. Отрасль, в которой ведет деятельность организация – фармацевтика [1].

Начнем с определения фазы жизненного цикла фармацевтической продукции в Российской Федерации. Майкл Портер выделяет 4 стадии жизненного цикла отрасли:

- стадия зарождения спроса;
- стадия роста рынка;
- стадия зрелости;
- стадия старения или стадия рыночного спада.

Начальная стадия жизненного цикла отрасли – стадия становления (рождения). Для стадии становления характерны высокий темп роста рынка, низкая конкуренция, отсутствие товаров заменителей, предоставление рынку новых технологий, высокий уровень цен, большие инвестиции в отрасль. Как правило, во время этапа становления отрасли компании не получают прибыль, все деньги преобразуются в инвестиции для развития отрасли.

Вторая стадия жизненного цикла отрасли – стадия роста. Рост отрасли характеризуется активным ростом отрасли, получением прибыли и ее увеличением. Конкуренция всё еще низкая, однако постепенно приходят новые участники рынка, заимствующие технологии и предлагающие товары-заменители. Уровень цен стабилизируется.

Следующая стадия развития отрасли – зрелость – полное насыщение рынка. Темпы роста замедляются, а конкуренция достигает высокого уровня, так как производителей товара становится всё больше, предложение постепенно возрастает над уровнем спроса. Объем продаж достигает предела, после наступает замедление, а затем и полная его остановка.

Завершающая стадия жизненного цикла отрасли – постепенная потеря ин-

интереса потребителей к товару. Спрос минимален, конкуренция низкая, сужение ассортимента товаров. Объем продаж останавливается, прибыль падает.

Рынок лекарств в России относится к числу наиболее быстрорастущих в мире — в 2021 году объем рынка фармацевтики в России составил 2,295 трлн. рублей.

Этот рост объясняется несколькими факторами. Во-первых, в России наблюдается увеличение заболеваемости населения, что требует большего спроса на лекарственные препараты. Во-вторых, растет уровень доходов населения, что позволяет людям больше тратить на здоровье и лекарства. В-третьих, правительство активно поддерживает развитие фармацевтической отрасли, в том числе через программы государственных закупок лекарственных средств. В целом, рынок лекарств в России представляет собой перспективную отрасль с хорошими возможностями для развития и инвестиций.

Особенностью российского рынка является степень локализации производства. На российском фармрынке преобладают импортные лекарственные средства — около 54% в стоимостном выражении. Но в натуральном выражении импортные лекарственные средства составляют 34,8%, что говорит об их более высокой стоимости. В целом, наблюдается динамика роста локального производства, а также спроса на локализованную продукцию. Тем не менее, на российском рынке пока лидируют — в 2021 году это Bayer, Отисифарм и Novartis. Наибольший объем импорта лекарственных средств исходил из Германии — около 20% от общего импорта готовых лекарств в 2021 году на 2,7 млрд долларов. На втором месте — США с 16%. На третьем месте - Швейцария с 10%. [2]

В данный момент отрасль фармацевтической продукции в России находится на стадии зрелости. Более крупные фармацевтические компании ужимают свой штат сотрудников и максимально оптимизируют процесс работы отдавая часть услуг на аутсорсинг [3].

Аутсорсинг позволяет предприятию сосредоточиться на своей основной деятельности, переложив на другую компанию выполнение определенных функций или процессов. Преимущества аутсорсинга включают снижение затрат,

повышение эффективности и гибкость, доступ к экспертам в нужной области, сокращение рисков и повышение конкурентоспособности.

Он также позволяет предприятию использовать ресурсы более эффективно и сосредоточиться на своих основных задачах. Однако, аутсорсинг также имеет свои недостатки и риски.

Например, потеря контроля над выполнением функций или процессов, потенциальные проблемы с конфиденциальностью данных или качеством услуг, зависимость от другой компании и возможные сложности в коммуникации и управлении.

В целом, аутсорсинг может быть полезным инструментом для предприятия, если он правильно организован и управляется.

Важно провести анализ и выбрать надежного и опытного партнера, а также установить четкие контрактные условия и механизмы контроля выполнения работ. В данном случае на аутсорсинг отдаются такие услуги как логистику товара.

Рассмотрим каналы сбыта и сбытовую сеть для данной отрасли. Каналы сбыта — это комплекс организационно-экономических отношений между организациями, реализующими товар и покупателями, посредниками и другими участниками сбыта.

Каналы сбыта способствуют товаропродвижению от предприятия, осуществляющего реализацию товаров, до конечного потребителя товаров.

Виды сбыта товаров и услуг представлены в таблице 1. Предприятие ООО «Бриг-МВ» ведет свою деятельность согласно прямому виду сбыта. Благодаря прямым каналам сбыта компания продает свои услуги самостоятельно без помощи посредников.

Далее рассмотрим основные среднеотраслевые показатели деятельности для отрасли.

Следующим этапом стратегического анализа является оценка степени конкуренции. Модель Майкла Портера заключается в поиске и оценке возможных неблагоприятных событий, которые в теории могут оказать некое (негативное или позитивное) влияние в будущем [4].

Таблица 1 – Виды сбыта фармацевтической отрасли

Вид сбыта	Описание
Прямой	Товар поставляется напрямую от производителя к покупателю.
Косвенный (непрямой)	Поставка осуществляется за счет посредников – продавцов, поставщиков, партнеров.
Интенсивный	Поставка производится одновременно через нескольких посредников
Точечный (селективный)	Поставки товара происходят для определенной аудитории.
Эксклюзивный (исключительный)	Поставка через единственного аккредитованного посредника.

Такой инструмент помогает оценить степень опасности конкуренции для предприятия.

Пять сил Портера, оказывающих влияние на бизнес рассмотрены ниже:

- покупатели;
- поставщики;
- действующие конкуренты (внутренняя конкуренция);
- новые конкуренты;
- товары-заменители (субституты).

Используем данную модель для оценки фармацевтической отрасли [5].

Оценка угроз предприятия Бриг-МВ в отрасли представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Оценка угроз компании ООО «Бриг-МВ» в отрасли

Угроза	Оценка		
	3 балла	2 балла	1 балл
Угрозы со стороны фирм с аналогичными услугами			1
Угрозы со стороны действующих конкурентов		2	
Угрозы со стороны покупателей	3		
Угрозы со стороны потенциальных конкурентов			1
Сумма	7		

Итак, максимально возможный балл, свидетельствующий о высокой сте-

пени риска – 12. В данном случае (7 баллов в сумме) степень риска умеренная.

Оценку внешних факторов (внешних условий и факторов конкурентного окружения) проведем с использованием PEST-анализа. PEST-анализ - простой и удобный метод анализа макроокружения организации, данный анализ основан на рассмотрении влияния политических, экономических, социально-культурных и технологических факторов на деятельность организации. Оценка текущего состояния рыночной среды для фармацевтической деятельности представлена в таблице 3.

Таблица 3 – PEST-анализ рыночной среды для фармацевтической деятельности

Фактор	Возможность / угроза	Характер влияния	Отклик предприятия
<b>Социально-демографические и культурные</b>			
Рост численности региона	Возможность	Увеличивает число потенциальных клиентов	Активизация политики продвижения и коммуникаций
Продолжение таблицы 3 Фактор	Возможность / угроза	Характер влияния	Отклик предприятия
Постепенный устойчивый рост интереса к лекарственным препаратам	Возможность	Увеличивает емкость рынка и, соответственно, число клиентов и рост продаж	Активизация политики продвижения и коммуникаций
<b>Экономические</b>			
Рост реальных доходов населения	Возможность	Увеличивает уровень рентабельности на рынке	Активизация политики продвижения вкуче с грамотной ценовой политикой
Увеличение интеграционных процессов и интереса иностранных компаний к сотрудничеству	Возможность	Увеличивает доступность и прямой доступ к продукту иностранных операторов и российских посредников	Активизация коммуникационной политики и работы с иностранными операторами по поставке продукции
<b>Политико-правовые</b>			
Активная поддержка отрасли государством	Возможность	Наличие комфортного правового поля и высокий интерес развития отрасли способствуют устойчивому развитию	Активизация маркетинговой работы по завоеванию рыночной ниши

Рассмотрим ключевые факторы конкурентного успеха в фармацевтической отрасли:

- наличие дешевой логистической цепочки;
- закуп продукции непосредственно у производителя;
- наличие складских помещений высокого класса;
- качества продукции;
- привлекательность рекламы;
- имидж организации.

В совокупности этих факторов в данной отрасли организация Бриг-МВ может успешно конкурировать.

Дополнительно для компании Бриг-МВ был произведен SNW-анализ. SNW-анализ – популярная техника определения конкурентоспособности предприятия. Она позволяет выделить преимущества, недостатки и нейтральные позиции функционала в деятельности предприятия и разработать стратегию, которая будет учитывать сильные стороны, устранять слабые стороны, использовать возможности и справляться с угрозами. Это помогает предприятию быть более успешным и конкурентоспособным на рынке.

SNW-анализ является полезным инструментом для понимания текущего положения предприятия или отрасли и определения стратегических направлений развития. Он помогает выявить преимущества, недостатки, возможности и угрозы, что в свою очередь позволяет предприятию принимать обоснованные решения и действовать более эффективно.

Дословный перевод аббревиатуры SNW: S – strength – сила; N – neutral – нейтральность; W – weakness – слабость.

Таким образом, на основе таблицы 4 можно сделать вывод, что предприятию следует расширить свой ассортимент продукции для охвата как можно большего рынка с целью продвижения и расширения компании в дальнейшем, а также задуматься об улучшении уровня маркетинга.

Крупные фармацевтические компании борются за преимущество на рынке путем «перекупки» конкурентов. Конкурировать с такими организациями

крайне сложно. При этом маржинальность данной отрасли крайне низкая, средняя рентабельность продаж в фармацевтической продукции составляет от 1,25% до 14,77%, когда низкая рентабельность в других отраслях составляет от 1% до 5%, средняя рентабельность от 5% до 20%, высокая рентабельность от 20% до 30%.

Таблица 4 – SNW-анализ предприятия Бриг-МВ

Значимые параметры в деятельности предприятия	Качественная оценка параметра		
	S	N	W
Ассортимент услуг		+	
Объем продаж	+		
Квалификация персонала	+		
Уровень маркетинга		+	
Конкурентоспособность		+	
Структура затрат			+
Инновации		+	
Репутация на рынке	+		
Государственная поддержка	+		
Материально-техническая оснащенность		+	

У компании Бриг-МВ рентабельность составляет 6,03% за 2021 год. С такой маленькой рентабельностью предприятию тяжело конкурировать с другими фармацевтическими крупными компаниями на рынке. Также, участие в аукционах за пределами Приморского края становится очень проблематично. Если сравнивать с другими отраслями рентабельность компании Бриг-МВ находится на границе низкой рентабельности.

Таким образом, в данной работе был проведен отраслевой анализ компании Бриг-МВ. Фармацевтическая отрасль в настоящее время находится на стадии зрелости рынка в России. Компания Бриг-МВ стремительно развивается и уже устойчиво закрепились на рынке. Рынок лекарств в России относится к числу



наиболее быстрорастущих в мире. В ходе работы были выполнены такие методы как SNW и PEST- анализ, методика пяти сил Портера, оценка угроз компании в отрасли, а также анализ видов сбыта продукции. Предприятие Бриг-МВ ведет свою деятельность согласно прямому виду сбыта, степень риска в данной отрасли у предприятия умеренная, внешняя среда отрасли характеризуется очень высоким уровнем благоприятствования для осуществления коммерческой деятельности, а SNW-анализ предприятия Бриг-МВ свидетельствует о том, что предприятию следует расширить свой ассортимент продукции для охвата как можно большего рынка с целью продвижения и расширения компании в дальнейшем, а также задуматься об улучшении уровня маркетинга [7,8]. У фармацевтической отрасли небольшая рентабельность, это связано с государственным регулированием цен на лекарственные препараты для медицинского применения.

### Список литературы

1. Нигай Е. А., Лебединская Ю. С., Кошечкина Е. С., Бараусова Е. А. Модификация модели взаимодействия с клиентом на основе омниканального подхода и ее влияние на финансовые результаты деятельности организации / Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2022. № 4. С. 70–79.
2. Лебединская Ю. С., Кошечкина Е. С., Близкий Р. С. Современное состояние и тенденции развития рынка ритейлеров в Приморском крае / Азимут научных исследований: экономика и управление. 2022. Т. 11. № 2 (39). С. 35–39.
3. Лебединская Ю. С., Коньшина А. С. Бухгалтерский аутсорсинг: понятие и специфические черты / Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2016. № 1 (24). С. 49–54.
4. Оганян Д. А., Лебединская Ю. С. Стратегическое развитие производственных предприятий в условиях цифровизации экономики: вызовы «индустрии 4.0» и ответные меры предприятий / Сборник материалов V Международной научно-практической конференции Вызовы современности и стратегии развития

общества в условиях новой реальности. Москва, 2021. С. 321–326.

5. Лебединская Ю. С., Яковец О. Н. Медицинский кластер: понятие и специфические черты / Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 2 (15). С. 170–173.

6. Rajat G., Priyanka Ch., Manmeet B.N., Sahiba Sh., Heena A., Anjum P., Lebedinskaya Yu. S. A systematic review of green supply chain management practices in firms / Materials Today: Proceedings. 2022. Т. 69. № Part 2. С. 535–542.

7. Rajat G., Ruchika Ya., Gs Kh., Ashima S., Priyanka Ch., Saurav D., Lebedinskaya Yu. S. A systematic literature review of supply chain management practices and performance / Materials Today: Proceedings. 2022. Т. 69. № Part 2. С. 624–632.