

На правах рукописи

БУШИНА НАДЕЖДА СЕРГЕЕВНА

**РАЗРАБОТКА МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ**

14.04.03 – организация фармацевтического дела

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата фармацевтических наук

Москва 2015

Работа выполнена в Государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Курский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации

Научный руководитель:

доктор фармацевтических наук, профессор **Дрёмова Нина Борисовна**

Официальные оппоненты:

Тельнова Елена Алексеевна – доктор фармацевтических наук, профессор, федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Национальный научно-исследовательский институт общественного здоровья имени Н.А. Семашко», ведущий научный сотрудник

Кузнецов Дмитрий Анатольевич – кандидат фармацевтических наук, доцент, государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Рязанский государственный медицинский университет имени академика И.П. Павлова» Министерства здравоохранения Российской Федерации, заведующий кафедрой управления и экономики фармации

Ведущая организация:

Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Нижегородская государственная медицинская академия» Министерства здравоохранения Российской Федерации

Защита диссертации состоится «27» марта 2015 года в _____ часов на заседании диссертационного совета Д 212.203.19 при Российском университете дружбы народов (117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.8, корп. 2).

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале УНИБЦ (Научная библиотека) Российского университета дружбы народов (117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д.6).

Автореферат размещен на сайте www.gudn.ru

Автореферат разослан __ _____ 20__ г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 212.203.19
доктор фармацевтических наук, профессор

А.В. Фомина

Общая характеристика работы

Актуальность темы. На современном этапе развития рыночных отношений эффективность деятельности аптечных организаций (АО) как субъектов фармацевтического рынка (ФР) во многом зависит от уровня их конкурентоспособности (КСП). Именно конкурентоспособностью определяется эффективность реализации АО своей экономической функции, которая связана с получением дохода от финансово-хозяйственной деятельности. В значительной степени она также влияет на выполнение социальной функции по удовлетворению растущих потребностей населения в получении качественных аптечных товаров и услуг.

Динамичность многофакторной внешней среды, в которой действует АО, требует от управленческого персонала постоянного отслеживания и оценки состояния КСП организации, разработки и реализации конкурентных стратегий с использованием современных методов, наиболее адекватно отвечающих текущему моменту.

Значительный вклад в исследование конкуренции и КСП как социально-экономического явления внесли зарубежные и отечественные ученые Д. Рикардо, А. Смит, М. Портер, Ф. Котлер, А. Дж. Стигленд, Р.А. Фатхутдинов, Г.А. Азоев и многие другие.

В области фармации проблемы изучения конкуренции, оценки КСП, выявления конкурентных преимуществ и разработки конкурентных стратегий в разные периоды времени входили в сферу научных интересов многих отечественных исследователей, в том числе Джупаровой И.А., Дрёмовой Н.Б., Кобзаря Л.В., Лидер М.Б., Лоскутовой Е.Е., Максимкиной Е.А., Мошковой Л.В., Музыры Ю.А., Олейниковой Т.А., Сбоевой С.Г. и др. Этими учеными предложены отдельные методические решения по изучению ФР, определению факторов и оценке КСП лекарственных средств и фармацевтических организаций.

Вместе с тем современная рыночная ситуация обуславливает необходимость в оценке КСП с учетом совокупного влияния экономических и социальных факторов и, следовательно, в разработке системы методических подходов, предназначенных для оценки КСП АО, способствующих выявлению конкурентных преимуществ, и разработке оптимальных стратегий повышения КСП в неустойчивой внешней среде.

Актуальность вышеизложенной проблемы обусловила необходимость и целесообразность проведения исследований в области конкуренции и КСП в практической фармации, что определило формулировку темы, цель и задачи настоящего исследования.

Цель исследования заключалась в разработке и экспериментальной апробации на региональном уровне методических подходов к оценке конкурентоспособности и формированию стратегии повышения конкурентоспособности аптечных организаций.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие **задачи**:

1) изучить и теоретически обобщить литературные данные об экономических категориях «конкуренция» и «КСП», их роли в развитии рыночной экономики, а также методах оценки КСП;

2) сформировать методологию, разработать программу исследования и понятийный аппарат для изучения КСП АО на ФР;

3) провести анализ конкурентной среды и осуществить моделирование основных показателей ФР на разных уровнях с учетом развития влияющих факторов;

4) разработать методический подход к оценке КСП АО на основе комплекса индивидуальных показателей, отражающих выполнение аптекой экономических и социально ориентированных задач;

5) с применением сформированного методического подхода осуществить оценку КСП ряда АО региона;

6) изучить компетентность руководителей АО по проблемам формирования конкурентных преимуществ и стратегий повышения КСП;

7) разработать методический подход к формированию стратегии повышения КСП АО на основе расширенного SWOT-анализа конкурентных преимуществ.

Связь задач исследования с проблемным планом фармацевтических наук. Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГБОУ ВПО «Курский государственный медицинский университет» Минздрава России (номер государственной регистрации 01201151663).

Соответствие паспорту специальности. Научные положения диссертации соответствуют формуле специальности 14.04.03 Организация фармацевтического дела. Результаты проведенного исследования соответствуют области исследования и конкретно пункту 1 паспорта данной специальности.

Методологическая основа, объекты и методы исследования. Теоретическую и методологическую основу исследования составили современные теории и концепции маркетинговых исследований; основополагающие труды отечественных и зарубежных специалистов по изучению ФР, определению КСП, выявлению конкурентных преимуществ, позиционированию предприятий и организаций, формированию стратегий повышения КСП.

Объектами исследования явились аптечные организации г. Курска и Курской области.

Эмпирическую базу исследования составили статистические данные по Российской Федерации (2013г.) и Курской области (2003-2013гг.); отчеты о состоянии российского ФР за 2003-2013гг.; данные социологических опросов населения – потребителей медицинских и фармацевтических товаров и услуг, руководителей АО по различным аспектам исследования; материалы финансово-хозяйственной деятельности АО г.Курска за 2013г.; Интернет-ресурсы.

В процессе исследования использованы следующие **методы**: общенаучные (наблюдение сравнение, описание), ретроспективный, логический, системный подход и комплексный анализ; статистические (вариационная статистика, ранжирование, группировка, структурный, корреляционно-регрессионный, нормирования), математические (метод идеальной точки, анализа иерархий, профилей, математическое моделирование), социологические (опрос/анкетирование, экспертные оценки), методы маркетинговых исследований (позиционирование, SWOT-анализ, TOWS-анализ).

Статистическая обработка результатов исследования осуществлялась с применением прикладных программ для ЭВМ Microsoft® Office® (Word, Excel).

Научная новизна исследования заключается в теоретическом обосновании и экспериментальной апробации:

- методического подхода к оценке КСП АО, в том числе концептуальной модели, ориентированной на выполнение организацией комплекса экономических и социально ориентированных задач. Подход позволяет оценить уровень интегральной КСП аптек, выявить существующие конкурентные преимущества и недостатки в работе организации;

- методического подхода к повышению КСП АО на основе расширенного SWOT-анализа конкурентных преимуществ, предложенных критериев и шкалы оценки, позволяющих отобрать одну или несколько стратегий повышения КСП с учетом состояния внутренней и внешней среды аптеки и тенденций их развития.

В процессе выполнения работы:

- изучены особенности формирования КСП АО;
- выявлены тенденции развития и моделирование основных показателей российского ФР, осуществлена типологизация субъектов Российской Федерации по уровню концентрации АО;

- получены аналитические характеристики АО как субъектов регионального фармрынка, впервые осуществлены многомерная группировка на основе нормирования и моделирование влияния отдельных социально-экономических факторов на количественный потенциал регионального ФР Курской области. Подтверждены тенденции усиления конкуренции на российском и региональном рынке, обуславливающие необходимость оценки уровня КСП АО в целях сохранения и укрепления рыночных позиций;

- в результате экспертного опроса сформирован перечень индивидуальных показателей для оценки КСП АО на региональном уровне; предложен алгоритм многокритериального отбора показателей, основанный на использовании различных статистических методов, что существенно снижает вероятность ошибки и делает результаты экспертного опроса более объективными.

- на основе социологического опроса руководителей АО получены характеристики их компетентности по проблемам формирования конкурентных преимуществ и разработки стратегий повышения КСП аптек, установлено положительное отношение к необходимости создания конкурентных преимуществ, способствующих укреплению позиций аптек в условиях усиления конкурентной борьбы на рынке.

Теоретическая и практическая значимость. Результаты диссертационного исследования вносят теоретический вклад в фармацевтическое научно-практическое знание в области экономики фармации, а также позволяют руководителям АО с использованием современных научно обоснованных подходов оценивать КСП АО и принимать оптимальные управленческие решения, направленные на выявление конкурентных преимуществ, формирование стратегий повышения КСП с целью усиления конкурентных позиций на рынке.

Разработаны и внедрены следующие методические материалы:

- учебная программа «Конкуренция и оценка КСП в практической фармации». Внедрена в учебный процесс ГБОУ ВПО Курский государственный медицинский университет (акт внедрения от 22.12.2014); ФГБОУ ВПО Белгородский государственный национальный исследовательский университет (20.03.2014);

- методическое пособие «Оценка КСП в практической фармации». Внедрено в учебный процесс ГБОУ ВПО Курский государственный медицинский университет (22.12.2014), ФГБОУ ВПО Белгородский государственный национальный исследовательский университет (15.11.2014), ФГБОУ ВПО Воронежский государственный университет (01.12.2014) и в практическую деятельность АО ООО «Фармак-аптека» (20.10.2014), ООО «Фармамед» (09.01.2015), ООО «Медика» (26.11.2014), ООО «Здоровые люди» (15.10.2014); ООО «Агат» (19.12.2014); ЗАО «Фармакор» (30.08.2014), ОАО «Курская фармация» (01.12.2014), Аптека №7 ЗАО «Целитель» (12.11.2014), ООО «БИВОЛИ-ФАРМ ПЛЮС» (19.12.2014), ЗАО «СТИНА ХОЛДИНГ» (20.10.2014), ЗАО «Севеко» (10.11.2014), ООО «Премиумфарм» (08.11.2014), Аптека №2 ГУП МО «Мособлмедсервис» (14.11.2014), Аптека №176 ГУП ТО «Фармация» (26.12.2014); МУП «Аптека №53» (29.10.2014), ИП Холявина М.М. (20.10.2014), ИП Кедровская М.В. (17.11.2014), ИП Алексеев И.В. (20.11.2014), ИП Кузнецов Ю.А. (23.09.2014), ИП Куставинов А.Н. (03.10.2014), ИП Сухомлинова Т.А. (27.11.2014).

Апробация работы. Основные результаты диссертационного исследования доложены и обсуждены на Итоговой научной конференции сотрудников КГМУ, Центрально-Черноземного научного центра РАМН и отделения РАЕН, «Университетская наука: Взгляд в будущее» (Курск, 2011, 2013); 10 международной научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы» (Курск, 2011); научной конференции «Разработка, исследование и маркетинг новой фармацевтической продукции» (Пятигорск, 2011-2014); II Международной научно-практической конференции «Молодые ученые в решении актуальных проблем науки» (Владикавказ, 2011); Всероссийской научно-практической конференции с Международным участием, посвященной 45-летию фармацевтического факультета КГМУ «Традиции и инновации фармацевтической науки и практики» (Курск, 2011); Всероссийской научно-практической конференции «Современная фармацевтическая наука и практика: традиции, инновации, приоритеты» (Самара, 2011); 2 Международной научно-практической конференции «Кластерные подходы фармацевтического союза: образование, наука и бизнес» (Белгород, 2012); Российском национальном конгрессе «Человек и лекарство» (г. Москва,

2014); IV Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы фармацевтической науки и практики» (Владикавказ, 2014).

Личное участие автора. Автором разработана структура и определены основные направления исследования, проанализированы источники литературы по теме диссертации, сформированы концептуальная модель и программа исследования, выполнены экспериментальные исследования, проанализированы и обобщены полученные результаты. В работах, выполненных в соавторстве, автором лично произведен сбор, аналитическая и статистическая обработка материалов исследований, а также научное обоснование и обобщение полученных результатов. Вклад автора является определяющим (не менее 90%) и заключается в непосредственном участии на всех этапах исследования: от постановки задач и их экспериментально-теоретической реализации до обсуждения результатов в научных публикациях и их внедрения в практику.

Публикация материалов исследования. По теме диссертации опубликованы 28 печатных работ, в т.ч. 3 в изданиях, рекомендуемых ВАК.

Основные положения, выносимые на защиту:

- концептуальная модель оценки КСП АО на региональном уровне;
- тенденции изменения конкурентной среды на российском и региональном ФР по данным мониторинга за последние годы, результаты моделирования совокупного влияния социально-экономических факторов на количественный потенциал регионального рынка;
- методический подход к оценке КСП АО с учетом экономической эффективности и социальной ответственности фармацевтического бизнеса;
- алгоритм отбора и перечень индивидуальных показателей для комплексной оценки КСП АО на региональном уровне;
- результаты исследования осведомленности руководителей аптек в области формирования конкурентных преимуществ и стратегий повышения КСП АО;
- методический подход к повышению КСП АО на основе SWOT-анализа конкурентных преимуществ.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, 5 глав и выводов, изложенных на 163 страницах машинописного текста, 10 приложений, содержит 35 таблиц и 30 рисунков. Список библиографических источников включает 241 наименование, в т.ч. 25 на иностранных языках

Краткое содержание работы. Во *Введении* обоснована актуальность темы, сформулированы цели и задачи исследования, представлены научная новизна и практическая значимость полученных результатов.

В *главе 1* изложены результаты контент-анализа специализированной научной и периодической литературы, интернет-источников по проблеме конкуренции и оценки КСП предприятий и организаций, в т.ч. в аптечном секторе ФР.

В *главе 2* представлена концептуальная модель и программа исследования, обоснован категориальный аппарат и основные методы исследования.

В *главе 3* проведен анализ состояния и перспектив развития конкурентной среды на ФР на разных уровнях, предложен алгоритм оценки количественного потенциала регионального ФР, выявлены тенденции и осуществлено прогнозирование основных показателей рынка.

Глава 4 посвящена формированию методического подхода к оценке КСП АО. Приведены результаты экспериментальной апробации предложенного подхода на ряде региональных АО, выявлены их конкурентные преимущества, построена карта позиционирования.

В *главе 5* изложена концепция разработки стратегии повышения КСП АО на основе анализа конкурентных преимуществ, предложены критерии и шкала отбора оптимальной стратегии, разработана модель значимости КСП АО как стартового условия достижения целей различных субъектов экономики.

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Глава 1. Роль конкуренции и оценка конкурентоспособности в аптечном секторе фармацевтического рынка

В результате проведенного анализа отечественных и зарубежных публикаций установлено, что существует значительное количество научных работ, посвященных проблемам конкуренции и КСП. В настоящее время разработан широкий арсенал методов и методических подходов к оценке КСП предприятий и организаций, апробированных на примере производственной, торговой и финансовой сфер деятельности. Эти подходы различаются целями оценки, набором исходных параметров и показателей, степенью использования математических методов обработки информации, алгоритмом получения показателей, возможностью использования в динамике. Их преимущественное количество базируется на использовании комплекса различных методов, что способствует повышению достоверности получаемых научных фактов. Однако при этом они имеют определенные преимущества и недостатки. Отмечено, что в настоящее время пока нет общепризнанной или универсальной методики оценки КСП хозяйствующих субъектов.

В фармацевтической науке и практике имеется ряд методических подходов к оценке КСП АО, основывающихся на расчете отдельных показателей их деятельности. Однако данные методики не позволяют учитывать весь комплекс экономических и социальных задач. В ходе исследования определено, что АО, функционирующие в рыночных условиях, нацелены на получение прибыли, что является основополагающим принципом их эффективного развития. В связи с этим руководство должно организовать деятельность аптеки так, чтобы наиболее полно реализовывать свои экономические функции и быть наиболее конкурентоспособными по сравнению с другими участниками рынка. В то же время основной особенностью деятельности АО является исключительно высокая их социальная значимость и социальная ответственность в поддержании, сохранении и укреплении состояния здоровья населения на приемлемом уровне.

В силу значимости проблемы оценки КСП АО для повышения эффективности деятельности, обеспечения социальной ответственности фармацевтического бизнеса и увеличения физической доступности фармацевтических товаров и услуг для населения актуальной признана задача разработки методических подходов к оценке КСП, базирующихся на комплексе экономических и социальных параметров, рассматриваемых в качестве конкурентных преимуществ аптеки на ФР.

Глава 2. Методический подход к исследованию

На основе принципов научного познания сформирован методический подход к исследованию КСП АО, куда включены следующие элементы: 1) понятийный аппарат; 2) концепция и программа исследования; 3) средства и методы исследования. Прежде всего, был обоснован понятийный аппарат исследования, состоящий из следующих терминов и их определений: конкуренция, КСП, КСП АО, ФР, АО, конкурентные преимущества, позиционирование.

Для целей настоящего исследования путем логико-семантического анализа существующих дефиниций КСП уточнено определение этого термина применительно к деятельности АО: ***КСП АО** – это способность организации создавать и развивать конкурентные преимущества на основании комплекса взаимосвязанных и взаимозависимых экономических и социальных показателей, характеризующих способность эффективно использовать имеющиеся ресурсы, удовлетворять меняющиеся запросы потребителей на конкретном сегменте ФР в определенный интервал времени.*

На основе логического анализа современных научных публикаций с учетом цели и задач настоящего исследования разработана концепция формирования методического подхода к оценке КСП АО (т.е. *содержательные аспекты* исследования), схематически представленная на рисунке 1.



Рисунок 1 – Концептуальная схема формирования методического подхода к оценке КСП АО

Данная концепция была преобразована в 3-этапную программу, отражающую *процесс* исследования, в которой выделены содержание этапов, применяемые методы и планируемые результаты.

На первом (подготовительном) этапе предусматривалась разработка концептуальной схемы исследования и методических подходов к оценке КСП АО, подготовка рабочего понятийного аппарата, обоснование и характеристика основных методов.

Цель второго (экспериментального) этапа заключалась, прежде всего, в исследовании конкурентной среды на макро- (уровень РФ) и мезо- (региональный) уровнях для проверки предположения об усилении конкуренции на ФР и подтверждения необходимости разработки методических подходов. Также на данном этапе предусматривалась экспериментальная апробация сформированных методических подходов к оценке КСП и разработке стратегии повышения КСП АО.

В рамках третьего, заключительного этапа следовало обобщить полученные данные, сформулировать выводы и практические рекомендации в виде методических разработок, использование которых поможет сформировать необходимые компетенции у студентов, обучающихся по направлению подготовки «Фармация», а также повысить профессиональный уровень практических работников.

Выбор методов исследования (рисунок 2) продиктован необходимостью комплексного, многоаспектного изучения КСП АО. В связи с этим с учетом принципов системного анализа и описанных в соответствующей литературе были выбраны следующие группы общенаучных и специальных методов: статистические, математические, социологические, маркетинговые.

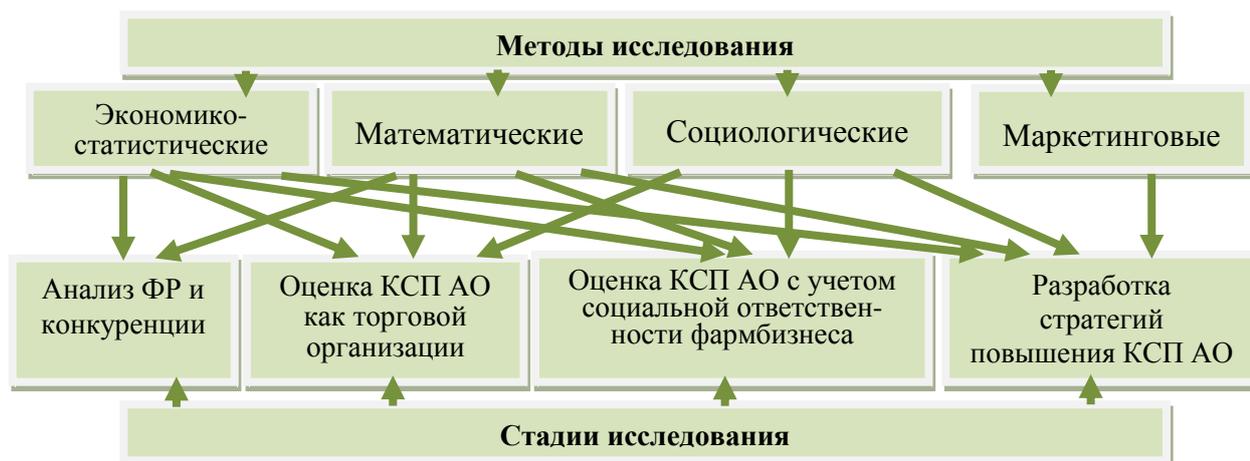


Рисунок 2 – Методы исследования КСП АО

Применение нескольких разных методов на соответствующих этапах и стадиях нашего исследования позволяет многосторонне охарактеризовать современное состояние изучаемой проблемы, выявить тенденции и направления развития.

Глава 3. Исследование состояния и перспектив развития конкурентной среды на российском и региональном фармацевтическом рынке

Согласно программе исследования, на следующем этапе была изучена динамика основных показателей российского ФР для выявления возможных тенденций и уровня конкурентной борьбы между АО. Методический подход к данному исследованию представлен на рисунке 3.

В процессе анализа показателей привлекательности рынка выявлена тенденция роста общей емкости рынка в стоимостном выражении (средний темп прироста 9,9% в долл. США и 14,8% в руб.), что свидетельствует о наличии платежеспособного спроса на товары аптечного ассортимента.



Рисунок 3 – Дизайн оценки конкуренции на ФР России

Наблюдавшееся в последние годы незначительное снижение темпов прироста объема рынка обусловлено, с одной стороны, кризисными явлениями в экономике, с другой, - активной деятельностью государства на ФР и принятием ряда законодательных актов, которые частично ограничили свободу экономических действий АО. В таблице 1 представлены результаты статистического анализа и математического моделирования, подтверждающие усиление конкуренции на ФР.

Таблица 1 – Статистический анализ и математическое моделирование показателя емкости российского ФР за 2008-2013 гг.

Год	Емкость рынка, млрд.руб.	Тпр, %	Y ₁ прямая линия	Y ₂ обратная логарифмическая кривая	Y ₃ параболическая кривая
			$460,0+94,86t$	$1/(0,002-0,0005*\ln(t))$	$468,5+88,98t+0,84*(t^2)$
2008	535,0	-	555,5	541,4	558,3
2009	695,0	29,9	650,4	660,4	649,8
2010	735,0	5,8	745,3	757,8	743,0
2011	824,0	12,1	840,1	846,4	837,8
2012	922,0	11,9	934,9	930,8	934,4
2013	1045,0	13,4	1024,8	1013,3	1032,6
X _{ср}	793,0	14,6	2014	2014	2014
σ	163,62	-	1124,7±76,98	1095,5±78,96	1132,5±76,66
K _v , %	20,64	-	2015	2015	2015
			1219,5±85,9	1178,2±88,1	1234,1±85,5
R	0,99	-	0,99	0,99	0,99
R ²	0,98	-	0,98	0,98	0,98
МАРЕ, %	-	-	2,74	2,66	2,69
МРЕ, %	-	-	-0,12	0,01	-0,13

Установлено, что за период 2008-2013 гг. объем ФР вырос от 535 до 1045 млрд.руб., т.е. в 1,95 раза; при этом средний темп прироста составил 14,6%, что свидетельствует об устойчивой тенденции роста и стабильной динамике; коэффициент вариации в пределах нормы (20,64%), коэффициент корреляции – 0,99. Из 13 математических моделей по критериям оптимальности отобраны три: у₁ – прямая линия; у₂ – обратная логарифмическая кривая; у₃ – параболическая кривая. В перспективе по всем моделям ожидается рост объема ФР РФ на 2014-2015гг.

Изучение уровня концентрации АО, занимающих лидирующие позиции на рынке, показало, что доля (в процентах) в общем объеме аптечного коммерческого рынка наиболее крупной организации составляет не более 3%, а ТОП-10 аптечных сетей не превышает 15-20% за период 2004-2013гг. Следовательно, российский ФР можно рассматривать как конкурентный.

С применением метода группировок проведена оценка уровня концентрации АО, исходя из их территориального расположения (по регионам). В качестве результативных использованы следующие показатели: число АО на 10 тыс. чел. населения и на 100 км² (таблица 2).

Таблица 2 – Типологизация субъектов РФ по уровню концентрации АО

Группа	Количество АО на 10 тыс. чел. населения	Количество субъектов РФ	Количество АО на 100 км ²	Количество субъектов РФ	Уровень концентрации
1	более 7,00	2	более 3,46	4	Очень высокий
2	от 5,94 до 7,00	6	от 2,77 до 3,46	4	Высокий
3	от 4,88 до 5,94	19	от 2,08 до 2,77	5	Выше среднего
4	от 3,82 до 4,88	28	от 1,39 до 2,08	18	Средний*
5	от 2,76 до 3,82	21	от 0,7 до 1,39	13	Низкий
6	менее 2,76	6	менее 0,7	38	Очень низкий

Примечание: * – в группу со средним уровнем концентрации АО входит Курская область

Сформировано шесть групп по каждому результативному показателю, различающихся уровнем концентрации АО. Для Курской области значения показателей составляют 4,23 (на 10 тыс. чел.) и 1,6 (на 100 км²). Полученные данные позволяют охарактеризовать рынок Курской области как немонополизированный, предполагающий наличие и дальнейшее усиление конкурентной борьбы.

На основе структурного анализа ФР Курской области получены количественные характеристики состояния конкуренции. Число хозяйствующих субъектов в среднем за 2008-2013 годы составляет 211 единиц, их количество увеличилось от 157 в 2008 г. до 240 в 2013г., среднегодовые темпы прироста – 8,9%. Превалирующее большинство – это аптеки частной формы собственности (93,7%) с регистрацией юридического лица в форме общества с ограниченной ответственностью (40,2%). Общее количество АО (точек продаж) возросло в 1,2 раза (от 570 до 684 при среднегодовом темпе прироста 3,8%). Наибольшее количество АО (в среднем 309, или 48,9%) функционирует на территории областного центра, что определяет более высокий уровень конкуренции в данном населенном пункте.

Для потенциальных субъектов рынка – предпринимателей, предполагающих открытие новых АО и/или расширение имеющихся сетей на региональном рынке, важной является информация о количественном потенциале данного рынка (число конкурентов) и тенденциях его изменения. В случае высокой концентрации продавцов на ограниченной территории можно ожидать усиления конкурентной борьбы, перераспределения покупателей, рыночных долей, доходов и других показателей, значимых для деятельности аптеки. В связи с этим построена формализованная регрессионная степенная модель развития динамики количества аптек, описывающая 86% вариации результативного показателя и имеющая вид (формула 1):

$$y=384,96 \cdot x^{0,189} \quad (1)$$

Нелинейная модель позволяет констатировать дальнейшее усиление конкуренции, но замедляющимися темпами. Вышеизложенные обстоятельства позволили выбрать г. Курск в качестве модельного объекта для разработки методических подходов по оценке КСП АО.

В связи с тем, что на количественный потенциал (число АО), следовательно, и на уровень конкуренции влияет большое количество факторов, мы сочли целесообразным выделить из них наиболее существенные и значимые. С этой целью был разработан алгоритм оценки, базирующийся на факторном и корреляционно-регрессионном анализе (рисунок 4).



Рисунок 4 – Алгоритм оценки влияния факторов на количественный потенциал регионального ФР

В алгоритме выделены семь этапов, последовательное выполнение которых позволяет выявить основные группы факторов и степень их влияния на количественный потенциал рынка. На основании статистических данных по Курской области сформирован массив показателей. В перечень наиболее значимых факторов отобраны те, парный коэффициент корреляции которых превышает 0,5 и подтверждает тесную стохастическую связь с результативным признаком. Всего отобрано 15 показателей. Логическим путем вышеуказанные факторы систематизированы в 3 главные компоненты, в частности, F_1 – показатели, влияющие на спрос конечных потребителей, т.е. населения (данные переменные имеют наиболее тесную связь с результативным признаком).

Компоненту F_2 представляют показатели, которыми определяются общие тенденции изменения экономики региона, его привлекательности для новых участников.

В связи с тем, что особенностью спроса на ФР является наличие промежуточных потребителей – врачей и развитие системы здравоохранения, в последнюю группу F_3 вошли соответствующие показатели. Факторы, измеряющиеся в различных величинах, объединяли в одну компоненту путем их нормирования, что позволило устранить их несопоставимость (таблица 3).

Для аппроксимации количественного потенциала регионального ФР построена эконометрическая спецификация стандартизированного уравнения регрессии с учетом совокупного влияния каждой компоненты, объясняющего 93,1% вариации включенными в модель факторами и имеющего вид (формула 2):

$$y = 0,55F_1 + 0,16F_2 + 0,07F_3, \quad (2)$$

Таблица 3 – Нормированные значения факторов, влияющих на количественный потенциал фармацевтического рынка Курской области

Годы	Y	F ₁	F ₂	F ₃
2000	421	0,41	0,63	0,95
2001	435	0,47	0,67	0,95
2002	475	0,51	0,56	0,98
2003	489	0,54	0,65	0,97
2004	496	0,56	0,68	0,96
2005	505	0,62	0,65	0,95
2006	508	0,67	0,71	0,95
2007	545	0,75	0,74	0,92
2008	570	0,83	0,74	0,95
2009	580	0,86	0,70	0,95
2010	615	0,85	0,69	0,95
2011	666	0,88	0,72	0,95
2012	671	0,93	0,76	0,94
2013	684	0,97	0,55	0,93
Дисперсия	5229,5	0,0	0,0	0,0
Среднее квадратическое отклонение	72,3	0,2	0,1	0,0

Состояние и развитие данных факторов были рассмотрены в дальнейшем исследовании в аспекте возможностей или угроз внешней среды при формировании стратегии повышения КСП АО.

Таким образом, выявленная тенденция к росту числа участников на российском и региональном ФР, обострение конкуренции между ними подтверждает актуальность необходимости оценки и разработки стратегии повышения КСП АО с целью удержания рыночных позиций.

Глава 4. Разработка и апробация методического подхода к оценке конкурентоспособности аптечных организаций

Методический подход к оценке КСП АО состоит из нескольких стадий: 1) формулирование цели оценки КСП; 2) определение количественного состава объектов исследования; 3) формирование набора индивидуальных экономических и социальных показателей, которые являются основой оценки КСП и источником конкурентных преимуществ; 4) оценка КСП АО по индивидуальным экономическим показателям; 5) оценка КСП по индивидуальным социальным показателям; 6) позиционирование АО; 7) выявление сильных и слабых сторон деятельности, конкурентных преимуществ; 8) разработка стратегии повышения КСП АО (рисунок 5).

Апробация данного методического подхода проведена на 15 АО г. Курска (все аптеки действующие, названия заменены на порядковые номера). Основной целью явилось определение интегрального показателя КСП АО, по результатам расчета которого можно выявить конкурентные преимущества и слабые места в деятельности аптек.

Набор индивидуальных показателей КСП сформирован с применением метода экспертных оценок (50 руководителей высшего и среднего управленческого звена аптек г. Курска). В анкету для выявления мнения экспертов был включен значительный перечень показателей (по результатам контент-анализа специализированных источников информации), способных повлиять на КСП АО, и шкала оценки (5-балльная система).

Для обработки результатов экспертного опроса и выявления согласованности мнений экспертов нами предложен алгоритм отбора индивидуальных показателей КСП АО, основанный на методах вариационной статистики (абсолютные и относительные показатели вариации, коэффициент конкордации и др.).

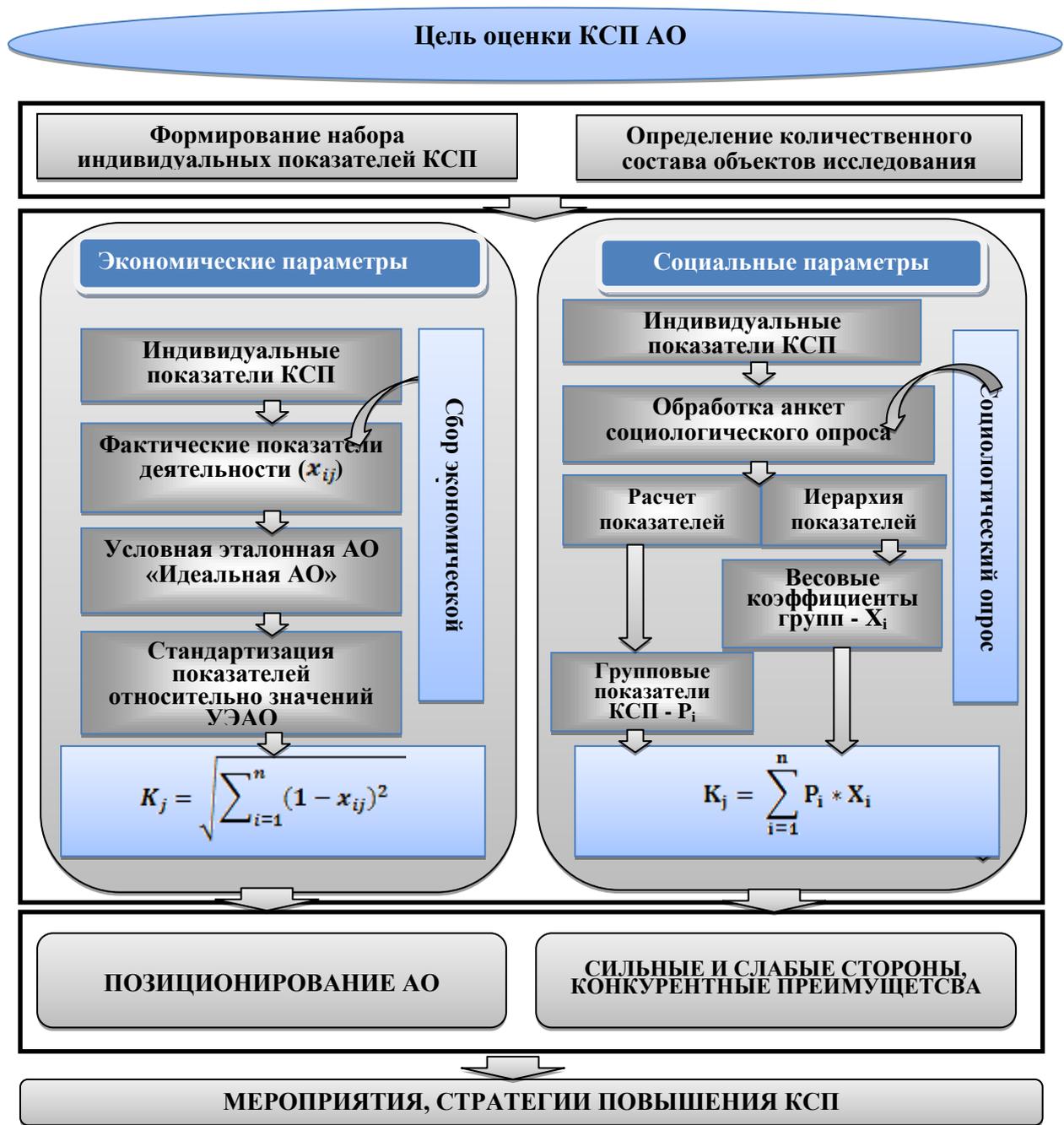


Рисунок 5 – Концептуальная модель оценки КСП АО

В результате отобрано по одиннадцать индивидуальных показателей, объединенных в группы для оценки КСП по двум направлениям:

- 1) как торговой организации (показатели финансовых результатов деятельности аптеки, использования ресурсов, финансового состояния);
- 2) с учетом социальной ответственности фармацевтического бизнеса (показатели удовлетворенности ценовой и ассортиментной политикой, работой персонала, организацией деятельности).

Обоснованность данного решения подтверждают значения статистической стандартной ошибки (не более 26%) и коэффициента конкордации, превышающего 60% (таблицы 4 и 5).

Таблица 4 – Статистические характеристики отобранных показателей, используемых для оценки КСП АО как торговой организации

Показатели	Σ	X_{cp}	R	D	σ	Kv,%	V _R ,%	m	W	
Показатели финансовых результатов деятельности АО										
Рентабельность издержек	221	4,42	2	0,45	0,67	15,22	45,25	0,19	0,68	
Рентабельность продаж	216	4,32	1	0,22	0,47	10,91	23,15	0,13		
Средний уровень торговой наценки	178	3,56	2	0,62	0,79	22,10	56,18	0,22		
Показатели использования ресурсов АО										
Оборачиваемость товарных запасов	228	4,56	1	0,37	0,61	13,41	21,93	0,17		
Оборачиваемость оборотных средств	214	4,28	2	0,65	0,81	18,90	46,73	0,22		
Прибыль на 1 работника	211	4,22	2	0,71	0,84	19,91	47,39	0,23		
Оборачиваемость кредиторской задолженности	205	4,1	2	0,74	0,86	21,05	48,78	0,24		
Показатели финансового состояния АО										
Коэффициент абсолютной ликвидности	203	4,06	3	0,79	0,89	21,92	73,89	0,25		
Коэффициент текущей ликвидности	201	4,02	3	0,88	0,94	23,30	74,63	0,26		
Порог рентабельности	200	4,00	2	0,41	0,64	15,97	50,00	0,18		
Запас финансовой прочности	190	3,80	3	0,57	0,76	19,89	78,95	0,21		

Таблица 5 – Статистические характеристики отобранных показателей, используемых для оценки КСП АО с учетом социальной ответственности фармацевтического бизнеса

Показатели	Σ	X_{cp}	R	D	σ	Kv,%	V _R ,%	m	W	
Ценовая и ассортиментная политика АО										
Уровень цен	219	4,38	1	0,24	0,49	11,19	22,3	0,14	0,62	
Ассортимент ЛС	218	4,36	2	0,44	0,66	15,20	45,87	0,18		
Наличие скидок, дисконт-системы	197	3,94	3	0,67	0,82	20,77	76,14	0,23		
Работа персонала АО										
Скоростью обслуживания	217	4,34	2	0,47	0,69	15,86	46,08	0,19		
Внешний вид провизора	206	4,12	2	0,60	0,77	18,76	48,54	0,21		
Манера общения работников, умение сглаживать конфликты	190	3,80	2	0,53	0,73	19,17	52,63	0,20		
Уровень квалификации персонала	206	4,12	2	0,27	0,52	12,64	48,54	0,14		
Организация работы АО										
Месторасположение аптеки	227	4,54	1	0,29	0,54	11,95	22,03	0,15		
Режим (время) работы аптеки	201	4,02	2	0,63	0,80	19,78	49,75	0,22		
Вход в аптеку, наличие пандусов	188	3,76	2	0,55	0,74	19,79	53,19	0,21		
Оформление и размер торгового зала, наличие стилизованного интерьера, освещение стеллажей	196	3,90	3	0,77	0,88	22,37	76,53	0,24		

Таким образом, сформированная система индивидуальных экономических показателей КСП в максимальной степени базируется на информации, представленной в отчетности АО. Это делает оценку массовой, позволяет отслеживать траекторию развития организации всеми участниками экономического процесса, способствует выявлению превосходств собственной аптеки по результатам финансово-хозяйственной деятельности. Индивидуальные социальные показатели характеризуют удовлетворенность покупателей деятельностью АО в целом и по отдельным направлениям, содействуют выявлению преимуществ в организации и ведении бизнеса с точки зрения реальных и потенциальных потребителей.

Для объективной оценки КСП АО как торговой организации (экономические параметры) нами предложен метод идеальной точки, сущность которого заключается в сопоставлении наиболее близких конкурентов – аптек с «идеальной» АО, являющейся

условной (эталонной) организацией. Так как формирование «идеальной» АО производится на основании отбора наилучших значений по каждому показателю, которые достигнуты анализируемыми АО, эталонная организация является условным конкурентом, который смог бы получить наиболее высокие результаты деятельности в условиях локального рынка и в реальных экономических условиях. Итоговое значение интегрального показателя КСП показывает близость или отдалённость анализируемой организации от идеального состояния. При этом, чем меньше расстояние (ниже интегральный коэффициент), тем выше уровень КСП. В итоге расчетов все организации ранжируются по уровню КСП.

Для оценки КСП АО с учетом социальной ответственности фармацевтического бизнеса (социальные параметры) предложен аналитический вариант метода профилей, позволяющий интегрировать большое количество разноразмерных показателей в одно число. В связи с тем, что различные показатели вносят разный вклад в принятие решения о покупке товара, нами разработан следующий методический подход для нивелирования этих различий: 1) группировка индивидуальных показателей с учетом их сущности и важности для потребителя (показатели внутри группы равноценны, имеют одинаковую значимость для покупателя); 2) расчет группового показателя КСП по предложенному методу; 3) расчет коэффициентов весомости каждой группы показателей с применением метода анализа иерархий; 4) расчет интегрального показателя КСП АО путем суммирования произведения комплексных показателей удовлетворенности групп и их коэффициентов весомости. Полученные значения интегрального показателя варьируются от 0 до 1. Максимальное значение, равное 1, отражает наиболее высокий уровень КСП и наоборот. На заключительной стадии, с учетом значения интегрального показателя, АО ранжируются по уровню КСП.

Для реализации данного подхода нами проведен контент-анализ финансовой отчетности и социологический опрос (определение уровня удовлетворенности) посетителей изучаемых АО. Далее рассчитаны соответствующие индивидуальные, групповые и интегральные показатели КСП АО, проведено ранжирование АО по значению интегральных показателей КСП (таблица 6).

Таблица 6 – Результаты ранжирования АО по значению интегральных показателей КСП

АО	КСП АО как торговой организации	Ранжированный показатель (место в рейтинге)	КСП АО с учетом социальной ответственности фармбизнеса	Ранжированный показатель (место в рейтинге)	Сумма мест в рейтингах	Общий рейтинг
АО №1	2,150	7	0,969	3	10	3-5
АО №2	0,230	2	0,972	2	4	2
АО №3	0,174	1	0,982	1	2	1
АО №4	5,818	15	0,909	15	30	15
АО №5	3,658	9	0,927	12	21	11
АО №6	1,527	4	0,948	6	10	3-5
АО №7	1,671	5	0,955	5	10	3-5
АО №8	1,741	6	0,934	10	16	8
АО №9	4,609	10	0,957	4	14	7
АО №10	5,156	14	0,928	11	25	12
АО №11	0,977	3	0,940	8	11	6
АО №12	4,657	11	0,940	7	18	10
АО №13	2,160	8	0,936	9	17	9
АО №14	4,989	13	0,923	13	26	13-14
АО №15	4,764	12	0,918	14	26	13-14

Установлено, что лидерами являются две аптеки: АО №3 (*конкурентные преимущества*: высокий уровень финансовых результатов деятельности, обеспечивающий эффективность функционирования, использования экономических ресурсов и высокий запас

финансовой прочности, удовлетворенность покупателей уровнем профессионализма и квалификации работников, а также организацией работы аптеки); АО №2 (*конкурентные преимущества*: высокие показатели оборачиваемости и платежеспособности, удовлетворенность ассортиментом лекарственных средств). К медианным можно отнести 8 АО, занимающих места в общем рейтинге с 3 по 10 (сумма мест в рейтингах с 10 до 18). Аптеки-аутсайдеры (всего 5 АО, общий рейтинг с 11 по 15 место) не имеют ни одного конкурентного преимущества, что свидетельствует о наличии определенных проблем в управлении этими аптеками.

В результате обобщения полученных данных осуществлено позиционирование аптек по значению итоговых показателей их КСП (рисунок 6).

Экономическая эффективность	0,17-2,05 высокий уровень КСП	АО №3, АО №2	АО №6, АО №7, АО №8, АО №9, АО №11	-
	2,05-3,93 средний уровень КСП	АО №1	АО №13	АО №5
	3,93-5,82 низкий уровень КСП	-	АО №9, АО №12	АО №4, АО №10, АО №14, АО №15
		0,957-0,982 высокий уровень КСП	0,933-0,957 средний уровень КСП	0,909-0,933 низкий уровень КСП
Социальная ответственность				

Рисунок 6 – Матрица позиционирования АО по значениям интегральных показателей КСП

Таким образом, в результате выполненного исследования разработан и апробирован методический подход к оценке КСП АО с учетом экономической эффективности деятельности и социальной ответственности фармацевтического бизнеса. На региональном уровне выявлены аптеки – лидеры по КСП, их конкурентные преимущества, а также наименее конкурентоспособные организации. Полученные результаты свидетельствуют о тесной взаимосвязи экономических и социально ориентированных задач аптек.

Глава 5. Формирование стратегии повышения конкурентоспособности аптечных организаций

Выбор методического инструментария и оценка уровня информированности руководителей АО в области формирования конкурентных преимуществ и разработки стратегий повышения КСП проведены на основе социологического опроса этой категории специалистов (метод малых выборок; 50 руководителей АО из Курской, Брянской, Белгородской, Воронежской областей; 2012 г.).

В результате статистической обработки ответов респондентов установлено: 1) большинство руководителей признают значимость формирования конкурентных преимуществ в АО для сохранения и усиления своих позиций на ФР; 2) недостаточные знания респондентов о методах формирования стратегии повышения КСП, видах конкурентных преимуществ, их распространенности в исследуемых АО; 3) наиболее популярным методом оценки конкурентных преимуществ и формирования стратегии повышения КСП является SWOT-анализ.

Полученные результаты обусловили необходимость разработки методического подхода к формированию стратегии повышения КСП АО на основе конкурентных преимуществ с применением TOWS-анализа, т.е. расширенной SWOT-матрицы.

Предложенный методический подход включает следующие этапы: 1) цель построения матрицы; 2) формирование списка факторов внутренней и внешней среды; 3) анализ сильных и слабых сторон, выявление конкурентных преимуществ АО; 4) определение возможностей

и угроз рынка; 5) построение расширенной SWOT-матрицы, формирование стратегий повышения КСП; 6) отбор стратегии/стратегий.

В результате экспериментальной апробации данного подхода разработаны примеры стратегий повышения КСП для АО, занявшей первое место в рейтинге по обоим критериям и имеющей наибольшее число конкурентных преимуществ (таблица 7).

Таблица 7 – Формирование стратегии повышения КСП АО №3 на основе её конкурентных преимуществ

Сильные и слабые стороны, возможности и угрозы	Перечень сильных сторон S₁ - высокие показатели рентабельности S₂ - квалифицированный персонал, удовлетворяющий требования потребителей	Перечень слабых сторон W₁ - относительно невысокие показатели финансового состояния W₂ – средний уровень показателей деловой активности
<p>Перечень возможностей O₁ - рост платежеспособного спроса, обусловленный повышением реальных доходов населения, размеров социальных выплат, увеличение потребительских расходов, в т.ч. на медицинские и фармацевтические товары O₂ – улучшение экономической ситуации и инвестиционного климата в регионе O₃ – развитие здравоохранения в части амбулаторно-поликлинической помощи и обеспеченности врачами.</p>	<p>Стратегии SO S₁O₁O₃ – использование получаемой прибыли на открытие новой АО в связи с наличием реального и потенциального спроса конечных и промежуточных потребителей S₂O₁ – предоставление широкого спектра информационных, консультационных услуг квалифицированными работниками повышенным требованиям потребителей с более высоким уровнем дохода S₁S₂O₂ – высокие показатели эффективности деятельности позволяют привлекать финансовые инвестиции для расширения бизнеса, обучения персонала с целью поддержания высокого уровня их квалификации</p>	<p>Стратегии WO W₁W₂O₁ – рационально организовывать движение товарных запасов и денежных средств, сокращая величину неликвидных оборотных активов, оптимально учитывая требования покупателей, сохраняя наиболее лояльных из них для повышения товарооборота W₂O₂ – использование улучшения экономической ситуации в регионе для привлечения заемных средств на пополнение оборотного капитала, постоянный мониторинг цен и спроса W₂O₃ - активизация работы с врачебным персоналом амбулаторно-поликлинических служб для повышения лояльности промежуточных покупателей и привлечения потенциальных</p>
<p>Перечень угроз T₁ - снижение заболеваемости населения</p>	<p>Стратегии ST S₁S₂T₁ - используя финансовые возможности и профессионализм работников проводить комплекс рекламных мероприятий своей организации, товаров и услуг для привлечения ограниченного числа потребителей, в т.ч. ориентированных на самолечение</p>	<p>Стратегии WT W₂T₁T₂ – отказ от формирования значительных товарных запасов в условиях снижения спроса на товары рецептурного отпуска, проведение дополнительных исследований с применением современных методов в области ассортиментной политики для выявления наиболее востребованных позиций, сохранения их в ассортименте, исключения нерентабельных, расширения ассортимента товаров для здоровья</p>

На последнем этапе из совокупности сформированных стратегий производится отбор одного или нескольких вариантов, обеспечивающих повышение КСП АО с учетом современного состояния и тенденций регионального ФР, целей руководства, существующих преимуществ, наличия необходимых финансовых, материальных и трудовых ресурсов. Выбор окончательного варианта стратегии базируется на критическом анализе уже сформированных с соблюдением принципа участия (привлечение сотрудников АО к обсуждению). Для достижения данной цели нами разработаны критерии и шкала отбора стратегии в наибольшей степени удовлетворяющей текущей ситуации.

На заключительном этапе исследования нами построена неформализованная модель значимости КСП АО для различных участников рыночных отношений, в частности: самой

аптеки, предприятий-партнеров (производители, поставщики), населения (покупателей/потребителей медицинских и фармацевтических товаров), государства, региона (рисунок 7).



Рисунок 7 – Неформализованная модель значимости КСП АО как стартового условия достижения целей различных субъектов экономики

Таким образом, проведенное исследование показало, что оценка и разработка стратегий повышения КСП АО с применением комплекса научно обоснованных методов позволяет укрепить позиции организации на рынке, обеспечивает выявление и сохранение конкурентных преимуществ и, в конечном счете, будет способствовать повышению удовлетворенности покупателей деятельностью АО.

Выводы

1. В результате анализа и систематизации отечественных и зарубежных научных публикаций по проблеме КСП предприятий и организаций, в т.ч. аптечных, установлено, что высокий уровень конкуренции и конкурентной борьбы между субъектами ФР обуславливает необходимость оценки и постоянного мониторинга уровня их КСП с целью сохранения и улучшения конкурентных позиций. Определена роль конкуренции в развитии ФР и повышении доступности фармацевтических товаров и услуг. Установлено значительное количество методик и методических подходов, используемых для оценки КСП предприятий материальной сферы производства. Показано, что в настоящее время комплексных исследований по оценке КСП АО проведено недостаточно.

2. В соответствии с современными научными концепциями сформирован и обоснован методический подход к исследованию по проблеме оценки КСП организаций, функционирующих в аптечном сегменте ФР. Подход включает различные направления концепции и программу исследования. Подготовлен комплекс математических, статистических, социальных и маркетинговых методов для проведения эмпирических исследований по реализации поставленной цели. Обоснован категориальный аппарат, используемый в настоящем исследовании.

3. С применением статистических методов исследования проведен мониторинг основных показателей российского ФР за период 2006-2013гг. В динамике установлены тенденции роста емкости (объем продаж) ежегодно на 16,5% (в руб.) и 23,7% (в долл. США); доказана стабильность тенденции (коэффициент вариации 20,6% и 23,7% - в пределах

нормы). В структуре емкости в среднем доля коммерческого сектора составляет 74,4%, остальные 25,6% - государственный сектор. На основе корреляционно-регрессионного анализа проведено математическое моделирование тенденций исследуемых показателей. Среди оптимальных регрессионных моделей (15) преобладают аппроксимирующие функции, характерные для описания процесса потребления ЛС (коэффициенты корреляции равны 0,98-0,99, детерминации в пределах 98%). Экстраполяция тенденций позволила рассчитать прогнозы на 2014-2015гг., подтверждающие дальнейшее развитие отечественного ФР и его привлекательность для новых участников – конкурентов.

4. С применением метода группировок выявлены позиции субъектов РФ в зависимости от числа АО на 10 тыс. чел. населения, установлены 6 групп с интервалом показателей концентрации от 2,76 до 7,0 и более. Курская область входит в состав группы со средним уровнем концентрации (4,23). Аналогичные результаты по показателю числа АО из расчета на 100 км² подтверждают средний уровень концентрации в регионе (1,6). Полученные факты позволяют охарактеризовать рынок Курской области как монополизированный, предполагающий наличие и дальнейшее усиление конкурентной борьбы.

5. По данным структурного анализа регионального ФР Курской области получены количественные характеристики состояния конкуренции, в т.ч. число субъектов в среднем за период мониторинга 2008-2013гг. – 211, прирост - 8,9% ежегодно, преобладают аптеки частной формы собственности (93,7%) с регистрацией юридического лица в форме ООО (40,2%). Отмечается рост количества АО в 1,2 раза с 570 до 684 (прирост 3,8% ежегодно). В территориальном разрезе установлены наибольшие показатели уровня концентрации АО в областном центре. Формализованная регрессионная степенная модель развития динамики количества АО, полученная в исследовании, свидетельствует об их росте и дальнейшем усилении конкуренции. Это предопределило выбор г. Курска для разработки методических подходов по оценке КСП АО как модельного объекта.

6. С использованием факторного анализа проведено моделирование количественного потенциала регионального ФР. Составлен информационный массив, включающий 29 факторов, из которых по результатам корреляционно-регрессионного анализа отобрано 15, далее сгруппированных в 3 главных компоненты (F1 – спрос конечных потребителей, F2 – уровень экономического развития региона, F3 – развитие здравоохранения, спрос промежуточных потребителей). Предложен методический подход, основанный на нормировании показателей внутри группы, позволяющий устранить различия и несопоставимость рассматриваемых факторов. Построено уравнение регрессии для аппроксимации количественного потенциала АО с учетом совокупного влияния каждой компоненты, объясняющее 93,1% вариации включенными в модель факторами.

7. На основе принципов современного маркетинга разработан методический подход к оценке КСП АО с учетом экономической эффективности деятельности и социальной ответственности фармацевтического бизнеса. Модель включает ряд последовательных стадий, в т.ч. определение цели исследования, количественного состава объектов, формирование набора показателей КСП, оценка КСП АО по экономическим и социальным параметрам, выявление конкурентных преимуществ, позиционирование АО, разработка стратегии развития, базирующейся на приоритетных конкурентных преимуществах. В реализации данной модели использованы как традиционные методы, так и впервые адаптированные для исследования КСП АО (метод идеальной точки, метод профилей, МАИ).

8. С применением социологического метода экспертных оценок с участием руководителей АО г. Курска, последующей статистической обработкой результатов сформирован набор показателей (22 показателя), в наибольшей степени обуславливающих КСП АО как торговой организации (11) и с учетом социальной ответственности фармацевтического бизнеса (11).

9. Проведена экспериментальная апробация сформированного методического подхода на ряде АО, функционирующих на ФР Курской области. Определены индивидуальные, групповые и интегральные показатели КСП. Осуществлено ранжирование и позиционирование АО на основе их интегральных показателей КСП, выявлены конкурентные преимущества аптек. Полученные результаты свидетельствуют о тесной взаимосвязи экономических и социально-ориентированных задач АО.

10. Проведено социологическое исследование руководящего состава АО Центрально-Черноземного района по проблеме формирования конкурентных преимуществ и разработки стратегии повышения КСП. Установлена значимость преимуществ для сохранения и усиления позиций АО на рынке (88%). Выявлена недостаточная информированность о видах конкурентных преимуществ, их распространенности в исследуемых АО, методах разработки стратегий повышения КСП. Определена необходимость повышения квалификации персонала АО по проблеме, для чего разработана программа авторского курса «Конкуренция и оценка КСП в практической фармации» для додипломного и последипломного образования.

11. Предложен методический подход к разработке стратегии повышения КСП АО на основе расширенного SWOT – анализа конкурентных преимуществ. В концептуальную модель включены элементы с учетом возможностей развития рынка и угроз внешней среды региона, сильных и слабых сторон деятельности самих организаций. Сформированы стратегии повышения КСП, разработаны критерии и шкала, позволяющие отобрать наиболее оптимальную и реалистичную стратегию. Разработана неформализованная модель значимости КСП АО как стартового условия достижения целей различных субъектов экономики, определяющая необходимость оценки и поддержания на определенном уровне КСП собственной АО.

12. По результатам исследования подготовлены методические рекомендации для практических фармацевтических работников и студентов высших учебных заведений для формирования профессиональных компетенций, получения знаний и навыков по вопросам оценки КСП АО, выявления конкурентных преимуществ и разработки стратегии повышения КСП.

По теме диссертации опубликованы следующие работы

1. Бирючкова, А.С. Критический анализ современных методических подходов к оценке конкурентоспособности предприятия / **Н.С. Бушина**, А.С. Бирючкова // Современная Россия: сущность, содержание и механизмы социальной трансформации : сб. науч. ст. по материалам VI межвуз. науч.-практ. конф. : в 3 ч. – Курск (9 апр. 2008 г.), 2008. – Ч.1. С. 22-27.

2. **Бушина, Н.С.** Повышение конкурентоспособности организации / **Н.С. Бушина** // Ценности и интересы современного общества : сб. материалов III Междунар. науч.-практ. конф. в рамках Васильевских чтений (10 нояб. 2008 г.). – Курск, 2008. – Ч. 1. – С. 77-85.

3. Перькова, Е.Ю. Проблемы развития фармацевтического сектора региона в условиях модернизации экономики / Е.Ю. Перькова, **Н.С. Бушина**, М.Н. Наджафова // Актуальные проблемы управления экономикой региона : материалы VII Всерос. науч.-практ. конф. (23 апр. 2010 г.). – СПб., 2010. – Ч. 2. – С. 328-330.

4. **Бушина, Н.С.** Исследование внешних конкурентных преимуществ аптечной организации / **Н.С. Бушина** // Экономика, государство и общество в 21 веке : материалы науч.-практ. конф. (29 апр. 2010 г.). – Курск : Деловая полиграфия, 2010. – С. 53-60.

5. **Бушина, Н.С.** Особенности формирования конкурентной среды на фармацевтическом рынке Курской области / **Н.С. Бушина** // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы : науч. тр. X междунар. науч.-практ. конф. филиала ВЗФЭИ в г. Курске. – Курск, 2011. – Т. 7. – С. 119-121.

6. **Бушина, Н.С.** Методические подходы к оценке конкурентоспособности аптечной организации / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Разработка, исследование и маркетинг новой фармацевтической продукции : сб. науч. трудов. – Пятигорск, 2011. – Вып. 66. – С. 660-663.

7. **Бушина, Н.С.** Внутренний потенциал – основа конкурентоспособности аптечной организации / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Современная фармацевтическая наука и практика: традиции, инновации, приоритеты : материалы Всерос. науч.-практ. конф. – Самара : Офорт, 2011. – С. 16-18.

8. **Бушина, Н.С.** Исследование конкурентоспособности аптечной организации / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Университетская наука: взгляд в будущее : материалы итог. науч. конф. сотрудников КГМУ, Центр.-Чернозем. науч. центра РАМН и отд-ния РАЕН, посвящ. 76-летию КГМУ (2-3 февр. 2011 г.). – Курск, 2011. – Т. 3. – С. 72-77.

9. Кротова, О.Н. Стратегические направления повышения уровня конкурентоспособности аптечных организаций / О.Н. Кротова, **Н.С. Бушина** // Молодежная наука и современность : материалы 76-й Всерос. науч. конф. студентов и молодых ученых с междунар. участием (19-20 апр. 2011 г.). – Курск, 2011. – Ч. 3. – С. 219.

10. Кузнецов, В.А. Конкурентоспособность – определяющий фактор развития предприятия фармацевтического сектора / В.А. Кузнецов, **Н.С. Бушина** // Молодежная наука и современность : материалы 76-й Всерос. науч. конф. студентов и молодых ученых с междунар. участием (19-20 апр. 2011 г.). – Курск, 2011. – Ч. 3. – С. 221.

11. Виноградова, И.А. Влияние удовлетворенности покупателей на конкурентоспособность аптечной организации / И.А. Виноградова, **Н.С. Бушина** // Молодежная наука и современность : материалы 76-й Всерос. науч. конф. студентов и молодых ученых с междунар. участием (19-20 апр. 2011 г.). – Курск, 2011. – Ч. 3. – С. 198

12. Виноградова, И.А. Комплексная оценка конкурентоспособности региональных аптечных сетей / И.А. Виноградова, **Н.С. Бушина** // Молодежная наука и современность : материалы 76-й Всерос. науч. конф. студентов и молодых ученых с междунар. участием (19-20 апр. 2011 г.). – Курск, 2011. – Ч. 3. – С. 199.

13. **Бушина, Н.С.** Экономико-математический анализ параметров конкуренции на региональном фармацевтическом рынке / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Молодые ученые в решении актуальных проблем науки : сб. материалов II междунар. науч.-практ. конф. (13-15 мая 2011 г.). – Владикавказ, 2011. – Ч. 1. – С. 180-184.

14. **Бушина, Н.С.** Использование статистических методов для оценки конкурентоспособности аптечной организации / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Традиции и инновации фармацевтической науки и практики : материалы. Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, посвящ. 45-летию фармацевт. фак. КГМУ (27 окт. 2011 г.). – Курск, 2011. – С. 80-83.

15. **Бушина, Н.С.** Оценка конкурентоспособности региональных оптовых фармацевтических организации / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Разработка, исследование и маркетинг новой фармацевтической продукции : сб. науч. тр. – Пятигорск, 2012. – Вып. 67. – С. 339-401.

16. **Бушина, Н.С.** Изучение конкурентоспособности аптечных организаций: деловая игра / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Кластерные подходы фармацевтического союза: образование, наука и бизнес : сб. материалов II Междунар. науч.-практ. конф. (26 апр. 2012 г.). – Белгород, 2012. – С. 20-22.

17. **Бушина, Н.С.** Создание оптимальной модели оценки конкурентоспособности аптечной организации в условиях развития экономики региона / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы : науч. тр. XI Междунар. науч.-практ. конф. (25 мая 2012 г.). – Курск, 2012. – Т. 8. – С. 17-20.

18. **Дрёмова, Н.Б.** Формирование методического подхода к оценке конкурентоспособности аптечных организаций / **Н.Б. Дрёмова, Н.С. Бушина** // Науч. ведомости БелГУ. Серия «Медицина. Фармация». – 2012. – № 10 (129). – С. 66-74.

19. **Бушина, Н.С.** Как оценить конкурентоспособность фармацевтической организации? / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Университетская наука: взгляд в будущее : материалы итог. науч. конф. сотрудников КГМУ, Центр.-Чернозем. науч. центра РАМН и отд-ния РАЕН (7 февр. 2013 г.). – Курск, 2013. – Т. 2. – С. 42-45.
20. Бобко А.М. Повышение конкурентоспособности аптечных сетей на региональном фармацевтическом рынке / А.М. Бобко, **Н.С. Бушина** // Материалы VII Междунар. науч. конф. молодых ученых-медиков (1-2 марта 2013 г.). – Курск, 2013. – С. 119-121.
21. Бобко А.М. Формирование методического подхода к оценке конкурентоспособности аптечных организаций / А.М. Бобко, **Н.С. Бушина** // Молодежная наука и современность : материалы. 78-й Всерос. науч. конф. студентов и молодых ученых с междунар. участием (17-18 апр. 2013 г.). – Курск, 2013. – Ч. 3. – С. 213.
22. **Бушина, Н.С.** Мониторинг состояния и перспектив развития конкурентной среды на региональном фармацевтическом рынке / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики : матеріали. Міжнар. науково-практич. Internet- конференції (28-29 березня 2013 р.). – Харків, 2013. – С. 155-157.
23. **Бушина, Н.С.** Исследование конкурентной среды на локальном фармацевтическом рынке и перспективы её развития / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Разработка, исследование и маркетинг новой фармацевтической продукции : сб. науч. тр. – Пятигорск, 2013. – Вып. 68. – С. 348-350.
24. **Бушина, Н.С.** Оценка конкурентоспособности аптечной организации по показателям удовлетворенности: методический подход / **Н.С. Бушина** // Человек и лекарство : сб. материалов XXI Рос. нац. конгр. (7-11 апр. 2014 г.). – М., 2014. – С. 215.
25. **Бушина, Н.С.** Применение социальных индикаторов в оценке конкурентоспособности аптек / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Разработка, исследование и маркетинг новой фармацевтической продукции : сб. науч. тр. – Пятигорск, 2014. – Вып. 69. – С. 322-323.
26. **Бушина, Н.С.** Позиционирование показателей удовлетворенности потребителей деятельностью аптечной организации / **Н.С. Бушина, Н.Б. Дрёмова** // Актуальные проблемы фармацевтической науки и практики : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. – Владикавказ, 2014. – С. 164-170.
27. **Дрёмова, Н.Б.** Исследование конкурентных преимуществ в аптечных организациях / **Н.Б. Дрёмова, Н.С. Бушина** // Курск. науч.-практ. вестн. «Человек и его здоровье». – 2014. – № 1. – С. 110-116.
28. **Дрёмова, Н.Б.** Влияние социально-экономических факторов на количественный потенциал регионального фармацевтического рынка / **Н.Б. Дрёмова, Н.С. Бушина** // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 12, ч. 4. – С. 779-783.

Бушина Надежда Сергеевна (Россия)

Разработка методических подходов к оценке конкурентоспособности аптечных организаций на региональном уровне

Научно обоснованы и разработаны методические подходы к оценке конкурентоспособности и формированию стратегии её повышения для аптечных организаций на региональном уровне. Выявлены тенденции развития и моделирование показателей, характеризующих уровень конкурентной борьбы на российском и региональном фармацевтическом рынке. Предложены показатели, позволяющие в комплексе оценить конкурентоспособность аптек как торговых организаций и с учетом социальной ответственности фармацевтического бизнеса. Разработаны критерии и шкала отбора стратегии повышения конкурентоспособности аптечных организаций.

Bushina Nadezhda Sergeevna (Russia)

Development of methodical approaches to the assessment of pharmacies' competitiveness at the regional level

We scientifically substantiated and developed the methodical approaches to the assessment of competitiveness and strategies of its increase for pharmacies at the regional level. The principal trends of developing as well as modeling the indices characterizing the competition level at Russian and regional pharmaceutical market were revealed. We suggested the indicators enabling to assess the competitive ability of pharmacies as trading organizations while taking into account the social responsibility of pharmaceutical business. The particular criteria and the strategy selection scale for increasing the competitive ability of pharmacies were devised.

Сдано в набор 23.01.2015 г. Подписано в печать 23.01.2015 г.

Формат 60x84/16. Бумага офсетная.

Гарнитура «Таймс». Усл. печ. л. 1,0

Тираж 100 экз. Заказ №07 от 23.01.2015 г.

Отпечатано: «Деловая полиграфия»

305029, г. Курск, ул. К.Маркса, 61Б