

В европейских странах небольшая частная аптека, владелец которой знаком большинству своих покупателей и при необходимости может заменить фармацевта-первостольника – обычное явление, один из вариантов семейного бизнеса, мирно сосуществующий рядом с гигантами фармацевтического рынка. У нас в стране таких аптек остается все меньше – частные киоски и пункты в проходных местах поглощаются сетями, а те, кто не желает продать свой бизнес, в большинстве своем погибают под натиском конкурентов.

Несмотря на ежедневную экспансию развитых аптечных сетей в регионы, пока сохранилось достаточно одиночных аптек, принадлежащих индивидуальным предпринимателям и маленьким частным фирмам. Устоять в неравной борьбе с сетевиками удастся не всем, но многие небольшие аптеки и аптечные пункты не только выживают, но и успешно развиваются.

В таких аптеках работа ведется по старинке – минимальное помещение, скромная витрина, единственный фармацевт за прилавком, спокойное и обстоятельное обслуживание каждого пришедшего покупателя. Насколько успешной, популярной и прибыльной может быть маленькая аптека?

1. Ассортимент небольшого аптечного пункта не всегда удовлетворяет спрос

Аптечные сети поддерживают ежедневный ассортимент большинства своих подразделений в 10-12 тысяч позиций. Обратите внимание на полки сетевой аптеки – тут и детские товары, и элитная косметика, и ортопедическая продукция, и многое другое, чего не увидишь на витрине маленького аптечного пункта. Для одиночной аптеки такая цифра недостижима: требуется слишком много денег на заказ товара и слишком много площади для его размещения.

Ассортимент небольшого аптечного пункта редко включает в себя дорогие и маловостребованные препараты, держать которые на полках попросту невыгодно. Основу продаж составляет полторы-две тысячи наименований лекарственных средств ежедневного спроса, а дорогостоящей заказывается штучно.

Естественно, при такой системе работы довольно много покупателей, нуждающихся в лекарственных препаратах редкого спроса, уходят ни с чем. Работа с отказами – ежедневный труд первостольника маленького аптечного пункта. В наличии всегда должно быть достаточное количество синонимов-дженериков, которыми при необходимости можно заменить запрашиваемый покупателем препарат.

Лучший способ закрыть пробелы в ассортименте – внедрить в аптеке систему клиентского заказа, когда любой отсутствующий в продаже препарат может быть заказан на складе и доставлен конкретному покупателю в течение одного-двух дней. Для этого необходимо наладить стабильную работу с надежным поставщиком и обеспечить аптечный пункт связью – чтобы фармацевт имел возможность уточнить наличие препарата на складе в присутствии заинтересованного покупателя. Нужен клиенту небулайзер? Заходим на страничку http://www.nebu.ru/catalog/Omron_C_24.html, смотрим цену и заказываем!

2. Сложности в работе с поставщиками – оптовыми компаниями

Серьезная головная боль руководителя маленькой аптеки – поставщики. В последнее время наметилась достаточно жесткая тенденция регулярного повышения минимальной суммы заказа оптовыми компаниями. Это касается как национальных дистрибьюторов, так и мелких оптовых фирм, и если аптечная сеть легко преодолевает минимальные цифры при ежедневном заказе, то для небольшой аптеки возможность выписывать товар каждый день становится, фактически, недоступной.

Другая сторона этой проблемы – высокие цены в прайс-листах оптовых компаний. Еще одна тенденция современного фармацевтического рынка – ценовые скидки от объема закупленных медикаментов. Стоит ли говорить, что подобная скидка крупной аптеки, входящей в состав какой-либо сети, и маленького аптечного пункта, принадлежащего

провизору-труженику, будет отличаться? Разница стоимости препаратов при отпуске с аптечного склада крупнейших российских дистрибьюторов составляет до 20%.

Одиочная аптека, в каком бы оживленном и бойком месте она не была расположена и какой бы оборот не делала, рассчитывать на такую скидку не может.

Конечно, можно выбрать более лояльного к проблемам небольшой аптеки поставщика и поплатиться за это качеством медикаментов. Низкие цены в большинстве случаев сопровождаются нерегулярной доставкой, отвратительной упаковкой товара, мятыми, а то и испачканными вторичными упаковками, отсутствием контроля со стороны оптовой фирмы за информацией по изъятию лекарственных средств из продажи и другими неприятностями.

Перед каждым владельцем маленькой, зачастую единственной, аптеки стоит проблема выбора: низкие цены закупаемых медикаментов или надежность поставщика и его товара? Те, кто выбирает качество и уверенность в стопроцентном выполнении обязательств оптовой компанией, получают в довесок новую трудность – высокие розничные цены на собственном прилавке.

Иногда маленькие одиочные аптеки объединяются и организуют что-то вроде «закупочного кооператива». Несколько предпринимателей договариваются об общих закупках товара со склада дистрибьютора, объем заказов возрастает, и оптовая компания предоставляет приличные скидки. Насколько законно такое объединение с точки зрения положения о лицензировании – вопрос спорный, но эта практика успешно применяется во многих регионах страны.

3. Вынужденные высокие розничные цены в маленьких аптеках

Как уже говорилось, стоимость препаратов при отпуске с аптечного склада крупнейших российских дистрибьюторов не одинакова для всех клиентов, а зависит от объема закупок каждого конкретного предпринимателя или организации. Аптечные сети имеют возможность закупать медикаменты с существенными скидками, размер которых достигает 20% от базовой стоимости (так называемого «нулевого» прайс-листа).

Если небольшая аптека получает лекарственные средства от дистрибьютора под реализацию, то есть, с отсрочкой платежа, разница в закупочной стоимости возрастает и достигает 25-30%. Иногда приходится сталкиваться с тем, что розничная цена конкретного препарата в сетевой аптеке может оказаться ниже, чем закупочная складская – для маленького частного аптечного пункта, приобретающего товар с трехнедельной отсрочкой платежа.

Несмотря на то, что аптечная надбавка внутри одного региона у всех коммерческих аптек примерно одинакова, цены на препараты в маленьких аптеках существенно превышают средние по населенному пункту, отрицательно сказываясь на лояльности покупателей – ведь для большинства из них цена имеет значение.

Для решения проблемы многие маленькие аптеки предлагают скидки социально незащищенным категориям населения – пенсионерам, ветеранам, инвалидам, а также скидки в выходные дни. В этом случае потеря прибыли за счет снижения цены не так заметна и с лихвой покрывается ростом числа покупателей из категории наиболее чувствительных к ценам на медикаменты россиян. Высокие цены может также оправдать превосходный дополнительный сервис, удобное местоположение и график работы, высокое качество товаров, консультационные услуги высококлассного специалиста.

pharm-business.ru