

ОРГАНИЗАЦИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ДЕЛА / ORGANIZATION OF PHARMACEUTICAL BUSINESS

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18>

**ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ (E-COMMERCE) ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОДВИЖЕНИЯ
ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ, БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНЫХ ДОБАВОК И МЕДИЦИНСКИХ
ИЗДЕЛИЙ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА: АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Научная статья

Бережная Е.С.^{1,*}, Султанматова Б.С.², Barkaev G.S.³

¹ ORCID : 0000-0003-2458-922X;

^{1,2} Ростовский государственный Медицинский Университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация

³ Дагестанский Государственный Медицинский Университет, Махачкала, Российская Федерация

* Корреспондирующий автор (bereznoy7[at]yandex.ru)

Аннотация

Рынок интернет продаж в Российской Федерации развивается быстрыми темпами и значительно опережает все смелые прогнозы аналитиков. Цифровая трансформация коснулась медицинских и фармацевтических отраслей, что обусловлено в первую очередь высокой цифровизацией страны и медицинской сферы в частности. Основываясь на различных научных изысканиях зарубежных и отечественных исследователей мы можем утверждать, что цифровая трансформация, основанная на внедрении прорывных технологий, в том числе для революционного преобразования услуг или бизнеса, является единственно возможным вариантом для успешного развития бизнес-процессов в будущем. В рамках исследования авторами был проведен анализ фармацевтического рынка в двух проекциях – офф-лайн и онлайн-продаж, установлена корреляция роста рынка фармацевтических препаратов, БАД и изделий медицинского назначения E-commerce, превышающая классические продажи. Методом прогнозирования установлено что данная тенденция будет усиливаться. Так же установлено смещение розничного фармацевтического ритейла в сторону укрупнения федеральных сетей и уменьшения количества единичных аптечных организаций. Предложена модель омниканальной фармацевтической организации как необходимое условие для оказания качественной фармацевтической услуги. На основании полученных результатов исследования сделаны выводы, направленные на сохранение и развитие аптечных организаций в новых реалиях фармацевтического рынка.

Ключевые слова: лекарственные средства, фармация, электронная коммерция, E-commerce, оборот лекарственных средств, омниканальность.

**ELECTRONIC COMMERCE (E-COMMERCE) IN ORGANIZING THE PROMOTION OF MEDICINES,
BIOLOGICALLY ACTIVE SUPPLEMENTS AND MEDICAL DEVICES IN THE CURRENT PHARMACEUTICAL
MARKET: ANALYSIS AND PROSPECTS**

Research article

Berezhnaya E.S.^{1,*}, Sultanmatova B.S.², Barkaev G.S.³

¹ ORCID : 0000-0003-2458-922X;

^{1,2} Rostov State Medical University, Rostov-on-Don, Russian Federation

³ Dagestan State Medical University, Makhachkala, Russian Federation

* Corresponding author (bereznoy7[at]yandex.ru)

Abstract

The internet sales market in the Russian Federation is developing at a rapid pace and is far ahead of all the bold forecasts of analysts. Digital transformation has touched the medical and pharmaceutical industries, which is primarily due to the high digitalization of the country and the medical sector in particular. Based on various scientific studies by foreign and domestic researchers, we can assert that digital transformation based on the introduction of breakthrough technologies, including for the revolutionary transformation of services or business, is the only possible option for the successful development of business processes in the future. As part of the study, the authors analysed the pharmaceutical market in two projections – off-line and online sales, and established the correlation of growth in the market of pharmaceuticals, dietary supplements and medical devices E-commerce, exceeding classical sales. The forecasting method shows that this tendency will intensify. It is also established that the retail pharmaceutical retailing is shifting towards the consolidation of federal networks and reducing the number of single pharmacy organizations. The model of omnichannel pharmaceutical organization as a necessary condition for the provision of quality pharmaceutical services is proposed. Based on the results of the study, conclusions are drawn aimed at the preservation and development of pharmacy organizations in the new realities of the pharmaceutical market.

Keywords: drugs, pharmacy, e-commerce, drug turnover, omnichannelization.

Введение

Современный фармацевтический рынок является одной из самых наукоемких, быстроразвивающихся и стратегически важных сфер деятельности государства. В постоянном санкционном давлении перед фармацией стоит самая амбициозная задача – к 2030 году быть максимально локализованной и дать возможность оказывать весь спектр фармацевтических услуг, максимально опираясь на отечественное производство лекарственных препаратов. В национальном проекте «Здравоохранение» красной чертой проходит основная цель успешной государственной политики – здоровая нация. Все это невозможно без комплексного подхода к лечению заболеваний и состояний

различной этиологии и качественного лекарственного обеспечения, и что является особенно важным, высокого уровня цифровизации данного процесса и интеграции в современное информационное поле. Следует обратить внимание, что термин «лекарственное обеспечение» предполагает не только качественные и доступные лекарственные препараты, но и правильный, профессиональный и бережный подход к их применению. Фармацевтическая отрасль всегда отличалась своей инновационностью – в разрезе как законотворческой, так и технологической деятельности. В постоянно меняющемся информационном, экономическом и цифровом поле фармацевтический рынок достойно идет в ногу со временем – об этом говорят данные роста промышленного производства отечественных лекарственных препаратов и стремительное развитие розничного звена аптечных организаций.

Развитие онлайн-формата реализации лекарственных препаратов, БАДов и изделий медицинского назначения берет свое начало в 2010 году. При увеличении потребности в профилактике и лечении в интернет-пространстве начало появляться все больше и больше предложений различных биологически активных добавок, которые, по заявлению производителей, наравне с лекарственными препаратами прекрасно справлялись с любыми заболеваниями. Важно отметить, что дистанционная продажа БАД в России была запрещена СанПиНом 2.3.2.1290-03, утвержденным в 2003 году. Однако де-факто БАД можно было купить онлайн в интернет-магазинах и маркетплейсах. Согласно Федерального закона «Об обращении лекарственных средств» от 12.04.2010 г. № 61-ФЗ, основанного законодательного акта, регулирующего обращение лекарственных препаратов реализация лекарственных препаратов через онлайн-пространство представляет собой абсолютно идентичную услугу реализации лекарственных препаратов в офлайн-формате, соответственно подлежит контролю и регулированию в равнозначной мере [1].

Также 61-ФЗ установлена следующая форма права – все операции, связанные с производством, хранением, обращением и уничтожением лекарственных препаратов, подлежат строгому надзорному и лицензионному контролю со стороны государства, а безопасность, качество и эффективность лекарственных препаратов является приоритетом государства [2], [7]. Правовое поле подразумевало возможность отпуска лекарственных препаратов, БАДов только в рамках условий, регламентированных в Постановлении Правительства РФ о лицензировании фармацевтической деятельности № 1081 от 2.12.2011 года, в рамках которого утвержден перечень услуг, оказываемых фармацевтической организацией, и дистанционной реализации в этом перечне нет [3]. Более того, Согласно Приказу Минздравсоцразвития России от 27.07.2010 г. № 553н, дистанционная торговля лекарствами была запрещена, за нарушения предусматривалась административная ответственность [4].

Но все эти правовые ограничения не могли остановить рынок высокомаржинальных БАДов, что стало особенно актуально в период пандемии COVID-19, и 17 марта 2020 года Президентом Российской Федерации был подписан указ, и Правительство Российской Федерации приняло постановление № 697 о розничной реализации лекарственных препаратов посредством дистанционных технологий [5], [8]. Данное постановление подразумевает реализацию лекарственных препаратов только аптечными организациями, имеющими действующую фармацевтическую лицензию, а соответственно, осуществляющими торговлю лекарственными препаратами в офлайн формате.

Реализация лекарственных препаратов в онлайн формате, равно как и в офлайн формате, подлежит мониторингу движения лекарственных средств для медицинского применения, согласно изменениям, внесенным в 61-ФЗ в конце 2019 года. Проект «Честный знак» за несколько лет своей реализации показал свою высокую эффективность – число контрафактной продукции на фармацевтическом рынке значительно сократилось, при этом данная система позволяет эффективно бороться с недобросовестными фармацевтическими компаниями – зачастую нарушающих закон попыткой реализации лекарственных препаратов, закупаемых за счет средств ОМС [6]. Полагаясь на успешный практический опыт этой инициативы, было принято Постановление Правительства РФ от 31 мая 2023 г. № 886, что послужило старту легализации рынка биологически активных добавок и включение этой категории товаров в систему мониторинга с 1 сентября 2023 года [7].

Рынок интернет-продаж в Российской Федерации развивается быстрыми темпами и значительно опережает все смелые прогнозы аналитиков. Цифровая трансформация коснулась медицинских и фармацевтических отраслей, что обусловлено, в первую очередь, высокой цифровизацией страны и медицинской сферы в частности. Благодаря национальным проектам «Цифровая экономика» и «Здравоохранение» и различным инициативам рынок медицинских и фармацевтических услуг непрерывно развивается. Современные исследователи трактуют цифровую трансформацию как последствия и изменения, произошедшие в результате внедрения цифровых технологий во всех секторах экономики и комплементарно меняющие всю архитектуру оказываемых услуг – идет полная трансформация существующих секторов, значительное повышение производительности, экономический рост и расширение возможностей для трудоустройства благодаря применению информационно-коммуникативных технологий [8].

Методы и принципы исследования

В исследовании применялись методы, которые позволили реализовать комплексное теоретико-методологическое исследование заданной проблемы:

- анализ и структурирование информации – метод использовался для анализа, систематизации и синтеза научных источников, подходов и взглядов по обозначенной проблеме;
- анализ нормативно-правовой базы – метод исследования, суть которого заключается в изучении и интерпретации нормативно-правовой литературы;
- библиографическое описание;
- ретроспективный анализ;
- метод моделирования;
- метод прогнозирования.

Анализ фармацевтического рынка Российской Федерации

Нами был проведен анализ динамики роста продаж и анализа ассортимента интернет-аптек. По данным исследовательских организаций DSM-group и Data insight, являющимися лидерами на рынке исследований в фармации и интернет торговле, рынок онлайн торговли активно развивается и за последний год дал значительный прирост – 28% и составил более шести триллионов рублей – в фармацевтическом сегменте прирост тоже значительный, хотя несколько меньше – порядка 16%.



Рисунок 1 - Оборот фармацевтического рынка РФ млрд рублей

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.1>

Соотношение онлайн и оффлайн рынка лекарственных препаратов

● Объем фармацевтического рынка в целом, млрд руб.
● Объем онлайн сегмента фармацевтического рынка в целом, млрд руб.

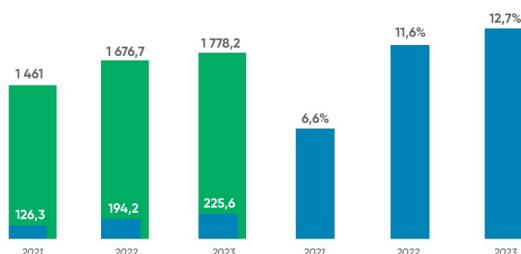


Рисунок 2 - Соотношение он-лайн и офф-лайн рынка лекарственных препаратов

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.2>

Такие темпы роста говорят о трансформации покупательского фокуса – в современных реалиях все больше покупателей переходят в онлайн-сегмент, что неотвратимо несет необходимость структурных, законодательных и правовых изменений в фармацевтической сфере. Основоположник школы менеджмента П. Друкер считает, что правила и устои, принятые в конкретной науке и отрасли, опираются на поведение человека и требования внешней среды в конкретном времени, и они непрерывно меняются. Это приводит в итоге к тому, что принятые стандарты и правила, представления о менеджменте организаций теряют свою актуальность и должны подвергнуться трансформации в рамках текущих условий рынка, иначе правила начинают расходиться с реалиями, что ведет к деградации отрасли. Темпы роста аптечного e-commerce практически соответствует росту рынка в целом, что положительно коррелирует с нашей теорией.

Экосистема как результат эволюции потребительского фокуса

В ходе эволюции онлайн торговли было установлено, что с каждым годом покупатель становится более требовательным к своему времени и, соответственно, комфорту, скорости и емкости оказанной ему услуги. Сегодня крупнейшие онлайн агрегаторы борются уже не только за покупателя, а за то время, которое потенциальный покупатель проведет на их платформе. Это привело к формированию так называемых экосистем. Цифровая экосистема – это совокупность взаимосвязанных цифровых платформ, приложений, устройств и данных, создающая целостную среду для успешного функционирования предприятия. Целью создания экосистемы в разрезе развития интернет-платформ является эффективное взаимодействие различных отраслей бизнес-потоков, позволяющих улучшить

экономические показатели платформы и увеличить лояльность покупателей, и, соответственно, улучшить общую производительность. Аналитиками были определены основные отрасли – наиболее привлекательные для совершения покупок в интернет-пространстве и, соответственно, из этих категорий был сформирован основной пакет ассортиментных позиций онлайн-ритейлеров.

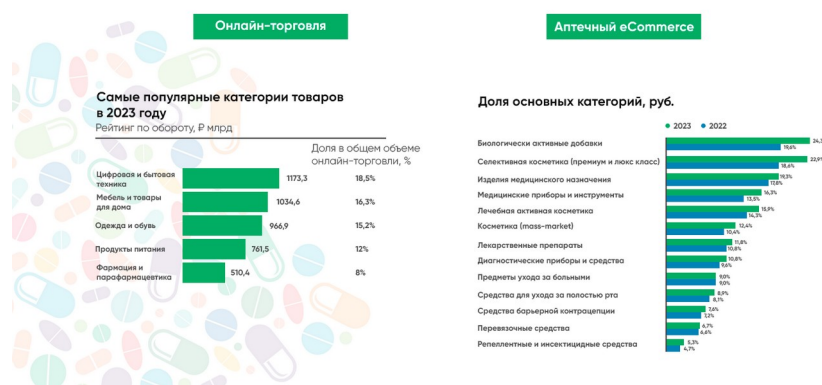


Рисунок 3 - Категорийность экосистем и основные категории в Фармацевтическом E-commerce
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.3>

Фармацевтическая продукция также попала в эти категории, соответственно, является одним из ключевых аспектов экономической успешности агрегатора в целом.

На российском рынке представлено большое количество сервисов онлайн реализации лекарственных препаратов, БАДов и изделий медицинского назначения. Лидерами рынка на сегодня являются «Аптека.ру», цифровое подразделение ПАО «Катрен» и Еаптека – цифровой фармацевтический сервис ПАО «Сбербанк». Сегодня мы наблюдаем трансформацию аптечного eCommerce – если до 2020 года доля продаж через интернет платформы не превышала 5%, то с момента введения коронавирусных ограничений, динамика развития этого направления ускоряется с каждым годом.

Partner	Сервис дистанционного заказа	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2023	Прирост оборота по сравнению с 2022	Количество точек выдачи
1	Аптека.ру	73,1	4,1%	-0,4%	33 718
2	Еаптека *	28,9	1,6%	31,0%	15 048
3	Здравсити	16,3	0,9%	21,0%	30 226
4	Ютека	14,2	0,8%	79,9%	47 763
5	Асна.ру	3,8	0,2%	0,0%	11 000
6	polzaru	3,1	0,17%	226,0%	27 496
7	Ozon **	1,9	0,11%	72,7%	-
8	009.РФ	1,2	0,07%	27,0%	32 000
9	СберМегаМаркет **	1,1	0,06%	37,5%	-
10	Яндекс.Маркет **	0,4	0,02%	5,0%	-

Рисунок 4 - Рейтинг сервисов онлайн-заказа
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.4>

По итогам 2023 года доля онлайн в общем объеме аптечного рынка достигла 12,7%. «Темпы прироста eCommerce пока остаются выше, чем у аптечного сегмента в целом. По динамике прироста объема продаж в первом и втором квартале 2024 эксперты прогнозируют прирост рынка электронной коммерции в количественном выражении порядка 25-30%. В итоге его доля фармацевтического и парафармацевтического сектора достигнет примерно 14,5%. Также устойчивой тенденцией является стагнация роста офлайн продаж и увеличение онлайн реализации.

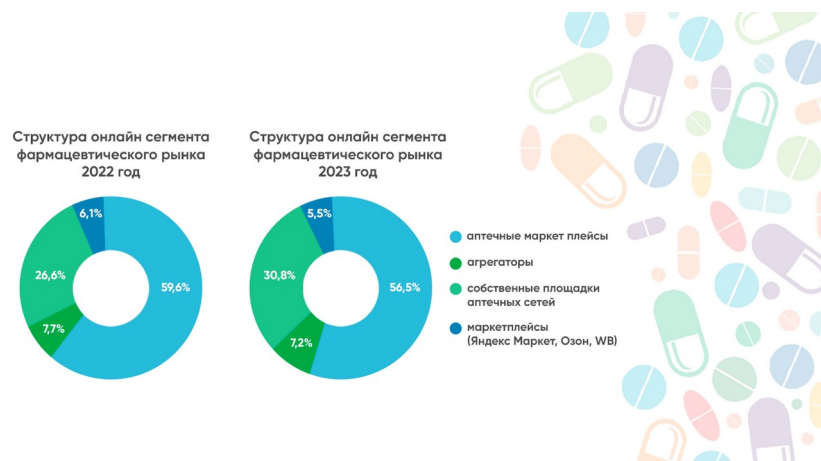


Рисунок 5 - Трансформация Фармацевтического E-commerce

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.5>

При этом наблюдается тенденция смещения фокуса потребителя в сторону глобальных агрегаторов рынка, таких как «Озон» и Wildberries, на которых в 2023 году пришлось порядка 77% заказов в сфере eCommerce. И тут нужно учитывать, что фармацевтическая продукция не является акселератором роста объема продаж агрегатора в целом, но является в той или иной мере необходимой, ежедневной потребностью каждого жителя страны, а значит является драйвером привлечения целевой аудитории на торговую площадку. Также стоит обратить внимание на стоимость среднего чека в онлайн и офлайн сегментах – в интернет-пространстве потенциальные покупатели готовы оставить более чем в 2,5 раза большую сумму. При довольно скромной динамике прироста среднего чека в розничной аптеке это более чем существенные отличия.

Трансформация розничного фармацевтического рынка

При явном смещении вектора внимания потенциальных потребителей фармацевтического сегмента рынка в сторону цифровых платформ мы наблюдаем довольно активный рост розничного сегмента фармацевтических организаций.

Рейтинг	Аптечные сети	Объем млрд. руб.	Доля в коммерческом сегменте 1П 2024	Прирост оборота по сравнению с 1П 2023	Количество точек продаж
1	Ригла	89,2	9,09%	23,0%	4421
2	Апрель	85,3	8,70%	54,0%	8027
3	Планета Здоровья	63,5	6,47%	23,0%	2446
4	Инплюзия	54,0	5,51%	37,9%	6029

Рисунок 6 - Рейтинг аптечных сетей РФ

DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.6>

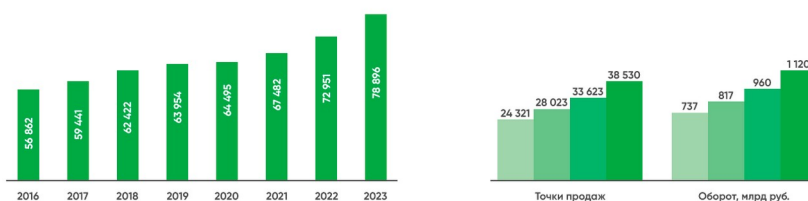


Рисунок 7 - Динамика роста количества аптечных организаций в РФ
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.7>

По данным аналитического агентства DSM Group, объём аптечного рынка по итогам 1 полугодия 2024 года составил 980 млрд рублей. Продолжается активное развитие аптечных сетей. Наблюдается тенденция увеличения количества аптек в аптечных сетях за счет органического роста и за счет сделок по покупке других участников рынка. На данный момент лидирующие аптечные сети (ТОП-20) управляют половиной всех аптек – 40 860 аптек. Такая динамика приводит к росту концентрации аптечных сетей на рынке. При этом стоит отметить резкое уменьшение количества одиночных аптек. На конец 2023 года в России работало 11,9 тыс. одиночных аптек, насчитывающих менее трех точек и не входящих ни в какие сети. Согласно данным маркетинговых исследований, число независимых аптек снижается не первый год – по итогам всего 2022 года их было 12,2 тыс., 2021-го — 13,2 тыс., 2020-го — 14,1 тыс. Пять лет назад (более ранних данных нет), по итогам 2019 года, таких аптек было 16,1 тыс. – и это количество было равно сопоставимо с количеством аптек, входящих в федеральные сети. Таким образом, число одиночных аптек за это время упало более чем на 25%.



Рисунок 8 - Количество аптечных организаций в РФ
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.8>

Изложенная выше тенденция обоснованна следующими факторами:

1. Реализация лекарственных препаратов является низкомаржинальной деятельностью, аптечные организации, имеющие локальные финансовые потоки, не могут конкурировать с организациями, имеющими возможность считать свою чистую прибыль совокупно, выводя среднюю маржинальность по сети и нивелируя убыточность одной организации за счет прибыльности другой.

2. Сегодня на фармацевтическом рынке основным драйвером генерации прибыли является так называемая «back-маржа» – вознаграждение от производителя лекарственного препарата, БАДа или ИМН, на основании маркетингового договора при соблюдении определенного объема реализации товара. Производитель заинтересован в объеме реализации, а одиночные или мелкосетевые аптеки его освоить не в состоянии.

3. Лекарственные препараты, включенные в список ЖНВЛП имеют ограниченный государственным регулированием процент наценки, соответственно не генерируют для коммерческой аптечной организации необходимый уровень рентабельности.

4. Сетевые аптечные организации имеют возможность производить лекарственные препараты под собственной торговой маркой (СТМ) – что дает им возможностькратно увеличивать наценку на эту группу товаров и тем самым нивелировать разницу в наценке.

5. За счет производства СТМ и прямых договоров с производителями крупные сети значительно оптимизируют свою налогооблагаемую базу, чего также лишены мелкорозничные и одиночные аптечные организации.

6. Сети неохотно заходят в малонаселенные и отдаленные населённые пункты, так как крупная коммерческая организация во главу угла ставит не социальную функцию аптек, а только экономическую составляющую процесса [6].

7. Подавляющее большинство существующих на сегодня аптечных организаций, занимающихся экстенпоральным изготовлением лекарственных препаратов являются или организациями, подведомственными органам исполнительной власти или одиночными частными организациями.

Все вышеперечисленные факторы ведут к тому, что единичные аптеки абсолютно неконкурентноспособны в современном фармацевтическом мире, живущем исключительно по законам экономики и все дальше удаляющегося от основной своей задачи – оказания фармацевтической помощи населению.

Исследование

Целью нашего исследования стало прогнозирование развития ситуации на фармацевтическом рынке фармации в рамках среднесрочного планирования. Для получения исходных данных с помощью ретроспективного анализа была составлена модель эволюции рынка онлайн торговли в промежутке 2014-2023 года. В рамках проведения исследовательской работы нами были использованы следующие методы прогнозирования – прогнозная экстраполяция, прогнозирование на основе регрессионной модели, структурное и статистическое моделирование [12].

В основу наших изысканий были положены следующие данные: электронная торговля фармацевтическими препаратами берет свое начало в 2013 году, старт ознаменовался открытием онлайн-аптеки «Аптека.ру» крупным российским фармдистрибутором «Катрен». Так как, согласно 61-ФЗ, отпуск лекарственных препаратов конечному потребителю могут осуществлять организации, имеющие лицензию на розничную фармацевтическую деятельность, электронной площадкой были заключены партнерские договора с 13 000 аптек в различных регионах России. К 2019 году платформа дистанционной реализации препаратов впервые вошла в десятку крупнейших интернет-магазинов России. В конце 2020 года, в период стихийного роста онлайн-продаж, вызванных пандемией COVID-19 многие из маркетплейсов (Ozon, Wildberries, «СберМаркет» и другие), успешно вышли на онлайн-рынок безрецептурных препаратов [10].

В начале исследования была построена проекция фармацевтического рынка, включая БАД и медицинские изделия в разрезе ретроспективного анализа массива данных, а также прогнозирования и моделирования развития фармацевтического рынка в созданных сегодня условиях. Также учтены все микро- и макроиндикаторы, которые могут влиять на динамику роста или стагнацию фармацевтического рынка.

ТЕМПЫ РОСТА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА МЛРД. РУБЛЕЙ

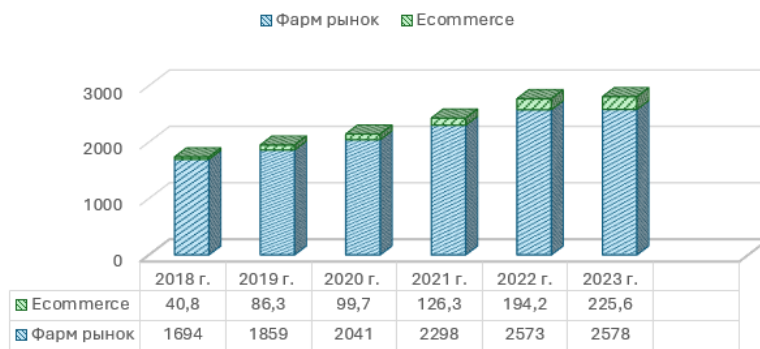


Рисунок 9 - Темпы роста Фармацевтического рынка
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.9>

Прогноз роста фармацевтического рынка 2024-2029 г.г. млрд. рублей

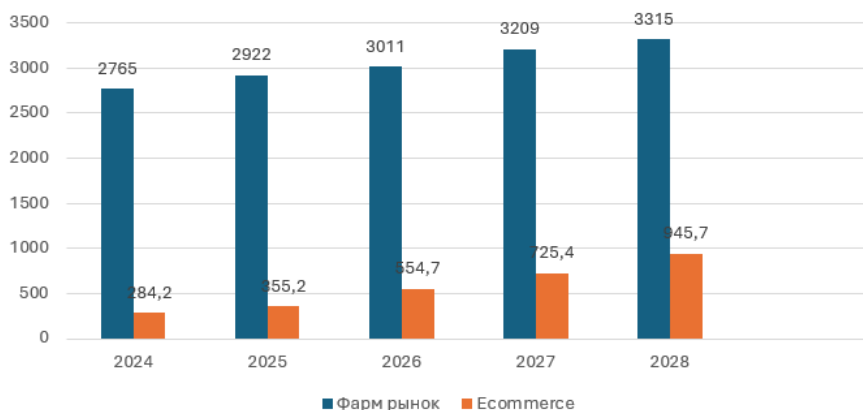


Рисунок 10 - Прогноз роста фармацевтического рынка РФ
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.10>

Прогноз динамики роста фармацевтического рынка 2024-2028 г.г.

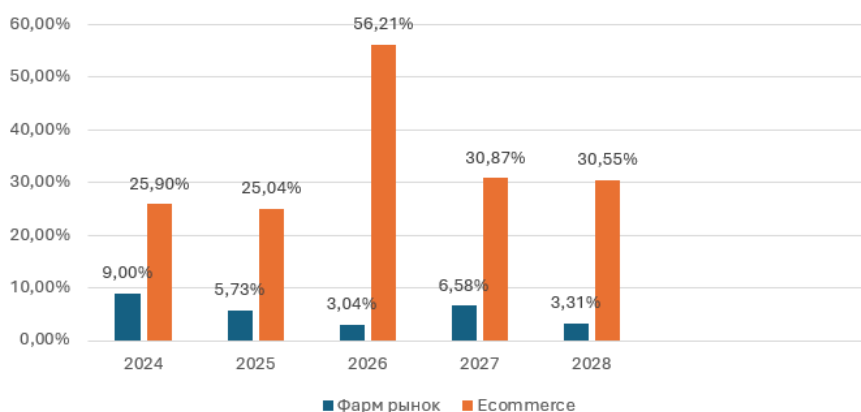


Рисунок 11 - Прогноз роста фармацевтического рынка РФ в процентном выражении
DOI: <https://doi.org/10.60797/IRJ.2025.152.18.11>

Развитие искусственного интеллекта (ИИ) опережает все смелые прогнозы, и на сегодня он уже неотвратимо вступил во все сферы нашей деятельности. ИИ активно используется как в здравоохранении, так и в фармацевтической сфере. Активно развивается телемедицина, дающая небывалые ранее возможности оказания медицинской помощи, нейросети позволяют обрабатывать и анализировать огромные массивы данных, часто заменяя собой целый ряд специалистов. Но развитие данного направления и использование его в деятельности своей компании могут позволить себе только организации, обладающие огромным финансовым потенциалом. При этом агрегаторы, имеющие свои экосистемы, могут тестировать данные алгоритмы на определённых секторах рынка и в дальнейшем масштабировать его в рамках всего проекта. В ближайшем будущем телекоммуникационные технологии все масштабнее будут интегрироваться в нашу повседневную жизнь. Это коснется, в том числе, и оказания медицинских и фармацевтических услуг. С каждым годом фокус потребителя смещается все более на профилактику различных дефицитов и заболеваний, что, в свою очередь, простимулирует быстро растущий рынок БАДов, составляющий весомую долю интернет-продаж. Запуск пилотных проектов по дистанционной реализации лекарственных препаратов позволит онлайн-сегменту рынка занять и эту нишу. Динамика роста фармацевтического рынка будет смещаться в сторону интернет-пространства, где лидирующие позиции занимают глобальные агрегаторы. Без кардинальных изменений в структуре оказания фармацевтической услуги и условий работы розничных фармацевтических предприятий отрасль ждет еще большая стагнация. В современных условиях полностью меняется целеполагание розничного сегмента фармацевтического рынка. Необходимость сохранения конкурентоспособности, а возможно и выживания, под воздействием внешних шоков обуславливает глубокие нормативные и экономические преобразования в самой структуре отпуска лекарственных препаратов, актуализируя исследования проблем трансформации существующей системы в ответ на вызовы внешней среды.

В ходе проведения исследования нами была отмечена особенность успешных сетевых организаций – омниканальность. Аптечная организация, имеющая признаки омниканальности, использует все возможные каналы связи с пациентом – интернет-аптеку, смс-оповещение, колл-центры, печатную продукцию, оффлайн-общение, сайт организации и т.д. На рынке потребительских товаров, и в частности БАДов и медицинских изделий, уже замечен устойчивый тренд: пользовательский опыт по важности опережает ценовую политику и качество товаров и станет ключевым фактором при выборе бренда, что подтверждает исследования, сделанные в 2020 году консалтинговой компанией Walker [11].

Мы считаем, что данный подход является необходимым фактором инновационности в фармацевтической сфере. Омниканальность сегодня – это основа для увеличения потребительской лояльности и предоставления высококачественных услуг, что, в свою очередь, способствует росту прибыли компании. И это является отличительной особенностью аптечных сетей, входящих в ТОП-20, и является одним из факторов их успешности [12].

Заключение

Обработанный нами массив данных позволил нам сделать следующие выводы исследования:

1. Емкость онлайн сегмента фармацевтического рынка в течение следующих лет будет давать прирост порядка 25-30 процентов в год, значительно опережая классическую реализацию лекарственных средств, БАД и МИ.

2. Глобализация на фармацевтическом рынке будет разворачиваться в сторону глобальных интернет-агрегаторов, которые, соблюдая все диктуемые на сегодня законодательные нормы (получение лицензии на оптовую и розничную фармацевтическую деятельность, соблюдение условий хранения и транспортировки лекарственных препаратов, соблюдение условий отпуска лекарственных препаратов за счет привлечения высококвалифицированных профессиональных кадров), заберут на себя весь объём высокомаржинального фармацевтического рынка.

3. Сегодня розничная фармацевтическая сфера попала в определенный замкнутый круг: согласно ОКВЭД, реализация лекарственных препаратов относится к торговле, соответственно, система налогообложения не подразумевает какие-либо социальные льготы, что влечет за собой необходимость аптечной организации самостоятельно бороться за свое экономическое благополучие – максимально уходя от своей основной функции оказания фармацевтической услуги.

4. Постоянно растущее количество фармацевтических организаций с одной стороны и падающий престиж профессии провизора, и как следствие низкие наборы в профильных вузах страны стимулируют и без того колоссальный кадровый голод.

5. Минимальное количество экстермпоральных аптек в комплексе с дефицитом кадров не позволяют фармацевтическим специалистам получить специализацию в рамках технологии изготовления лекарственных форм и применить ее на практике, что могла бы послужить конкурентным преимуществом для офлайн формата аптечной организации.

6. Персонализированный подход к лечению пациентов невозможен без индивидуального изготовления препаратов.

7. Экономический подход к оказанию фармацевтической услуги нарушает законодательные требования к использованию лекарственных препаратов, прописанные в ФЗ-323 «Об основах охраны здоровья граждан в РФ» и ФЗ-61 «Об обращении лекарственных средств» – ставя на первое место экономическую целесообразность, а не безопасность и эффективность.

8. Омниканальная фармацевтическая организация – в современном мире это единственно приемлемая форма осуществления деятельности в сфере здравоохранения. И если сетевые организации могут создать ее самостоятельно, то единичные аптеки должны иметь возможность создать ее на основе государственных платформ взаимодействия, в частности ЕГИСЗ.

9. Необходима кардинальная трансформация в системе базового и постдипломного образования специалистов с медицинским и фармацевтическим образованием с целью подготовки кадров к работе с электронными ресурсами взаимодействия с пациентами в рамках усиления и совершенствования персонализированного подхода в назначении и применении лекарственных препаратов и БАД, в том числе и системы электронного рецепта как необходимого звена для повышения качества оказываемой медицинской и фармацевтической услуги.

10. Необходимо сосредоточить внимание и внести изменения в образовательные стандарты по специальностям фармацевт и провизор и четко прописать функции. В частности, на провизоре, как на специалисте с более фундаментальным базовым образованием, должна лежать функция организации и контроля за всеми процессами, протекающими в аптечной организации, включая организацию товаропроводящей цепочки, организацию персонализированного учета пациентов – потребителей и взаимодействие с лечебными учреждениями посредством различных каналов связи. На фармацевте же должна лежать функция исполнения всех необходимых условий, обозначенных выше для качественного оказания фармацевтической услуги.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование. Но рецензент или автор статьи предпочли не публиковать рецензию к этой статье в открытом доступе. Рецензия может быть предоставлена компетентным органам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are peer-reviewed. But the reviewer or the author of the article chose not to publish a review of this article in the public domain. The review can be provided to the competent authorities upon request.

Список литературы / References

1. Казакова С.И. Методы анализа и прогнозирования в системах управления предприятием / С.И. Казакова // *Современные проблемы науки и образования*. — 2006. — № 1. — С. 53–54.
2. Куратова Л.А. Цифровая трансформация отрасли здравоохранения Северного региона / Л.А. Куратова // *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки*. — 2024. — № 1. — С. 200–214. — DOI: 10.15593/2224-9354/2024.1.15.
3. Лобова Е.Д. Использование Интернет-технологий при оказании фармацевтической помощи / Е.Д. Лобова, В.А. Смолина // *Саратовский научно-медицинский журнал*. — 2014. — Т. 10. — № 2. — С. 322–324.
4. Мальцева И.С. Направления совершенствования правового обеспечения и государственного регулирования деятельности интернет-аптек / И.С. Мальцева, В.А. Киселева // *Актуальные вопросы науки и образования*. — 2024. — № 1. — С. 59–62.
5. Турченкова Е.С. Интернет-аптека как новая форма реализации лекарственных препаратов / Е.С. Турченкова, Н.В. Коваленко // *Бизнес. Образование. Право*. — 2021. — № 1 (54). — С. 204–210. — DOI: 10.25683/VOLBI.2021.54.160.
6. Петров А.Ю. Проблемы экстемпорального изготовления лекарственных форм в аптечных организациях как формы персонализированной фармации в Российской Федерации и за рубежом / А.Ю. Петров, И.Н. Айро, Е.С. Бережная // *Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования*. — 2022. — № 6. — С. 77–84.
7. Российская Федерация. Об обращении лекарственных средств : Федеральный закон No 61-ФЗ: [принят Федеральное Собрание 2010-04-14 :2010-04-14]. — М., 2010.
8. Российская Федерация. Об утверждении Правил выдачи разрешения на осуществление розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом, осуществления такой торговли и доставки указанных лекарственных препаратов гражданам и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации по вопросу розничной торговли лекарственными препаратами для медицинского применения дистанционным способом : Постановление Правительства России No 697: [2024-12-02 :2024-12-02]. — М., 2020.
9. Российская Федерация. Об утверждении Правил маркировки биологически активных добавок к пище средствами идентификации и особенностях внедрения государственной информационной системы мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации, в отношении биологически активных добавок к пище : Постановление Правительства России [2024-12-02 :2023-05-31]. — М., 2023.
10. Габриелян Н.В. Комплексная оценка развития фармацевтических рынков стран Содружества Независимых Государств / Н.В. Габриелян, С.А. Парфейников, И.Н. Андреева [и др.] // *Вестник Российской Военно-медицинской академии*. — 2012. — № 1 (37). — С. 256–260.
11. Главное об омниканальности // Criteo.com. — 2022 — URL: <https://www.criteo.com/wp-content/uploads/2019/06/Criteo-eBook-Omnichannel-UnpackedRU.pdf> (дата обращения: 22.10.2024)
12. Schilirò D. Digital platforms and digital transformation / D. Schilirò. — 2023 — URL: https://mpira.ub.unimuenchen.de/118006/1/Schilir%C3%B2_Digital%20platforms%20and%20digital%20transformation_WP2023-7.pdf (accessed: 30.10.2024).

Список литературы на английском языке / References in English

1. Kazakova S.I. Metody analiza i prognozirovaniya v sistemah upravleniya predpriatiem [Methods of analysis and forecasting in enterprise management systems] / S.I. Kazakova // *Modern Problems of Science and Education*. — 2006. — № 1. — P. 53–54. [in Russian]
2. Kuratova L.A. Tsifrovaya transformatsiya otrasli zdavoohranenija Severnogo regiona [Digital transformation of the healthcare industry in the Northern Region] / L.A. Kuratova // *Bulletin of the Perm National Research Polytechnic University. Socio-economic Sciences*. — 2024. — № 1. — P. 200–214. — DOI: 10.15593/2224-9354/2024.1.15. [in Russian]
3. Lobova E.D. Ispol'zovanie Internet-tehnologij pri okazanii farmatsevticheskoj pomoschi [The use of Internet technologies in the provision of pharmaceutical care] / E.D. Lobova, V.A. Smolina // *Saratov Journal of Medical Science*. — 2014. — Vol. 10. — № 2. — P. 322–324. [in Russian]
4. Mal'tseva I.S. Napravlenija sovershenstvovaniya pravovogo obespechenija i gosudarstvennogo regulirovaniya dejatel'nosti internet-aptkek [Directions for improving legal support and state regulation of online pharmacies] / I.S. Mal'tseva, V.A. Kiseleva // *Current Issues of Science and Education*. — 2024. — № 1. — P. 59–62. [in Russian]
5. Turchenkova E.S. Internet-apteka kak novaja forma realizatsii lekarstvennyh preparatov [Online pharmacy as a new form of sale of medicines] / E.S. Turchenkova, N.V. Kovalenko // *Business. Education. Law*. — 2021. — № 1 (54). — P. 204–210. — DOI: 10.25683/VOLBI.2021.54.160. [in Russian]
6. Petrov A.Ju. Problemy ekstemporal'nogo izgotovlenija lekarstvennyh form v aptechnyh organizatsijah kak formy personifitsirovannoj farmatsii v Rossijskoj Federatsii i za rubezhom [Problems of the extemporal manufacture of dosage forms in pharmacy organizations as a form of personalized pharmacy in the Russian Federation and abroad] / A.Ju. Petrov, I.N. Ajro, E.S. Berezhnaja // *Medicine. Sociology. Philosophy. Applied Eesearch*. — 2022. — № 6. — P. 77–84. [in Russian]
7. Russian Federation. Ob obraschenii lekarstvennyh sredstv [About the circulation of medicines] : Federal Law No 61-ФЗ: [accepted by Federal'noe Sobranie 2010-04-14 :2010-04-14]. — М., 2010. [in Russian]
8. Russian Federation. Ob utverzhdenii Pravil vydachi razreshenija na osuschestvlenie roznichnoj trgovli lekarstvennymi preparatami dlja meditsinskogo primenenija distantsionnym sposobom, osuschestvlenija takoj trgovli i dostavki ukazannyh lekarstvennyh preparatov grazhdanam i vnesenii izmenenij v nekotorye akty Pravitel'stva Rossijskoj Federatsii po voprosu roznichnoj trgovli lekarstvennymi preparatami dlja meditsinskogo primenenija distantsionnym sposobom [On Approval of the

Rules for Issuing Permits for the Retail sale of Medicines for Medical Use remotely, the implementation of such trade and delivery of these Medicines to Citizens and amendments to certain acts of the Government of the Russian Federation on the issue of retail sale of medicines for medical use remotely] : Resolution of the Government of Russia No 697: [2024-12-02 :2024-12-02]. — M., 2020. [in Russian]

9. Russian Federation. Ob utverzhenii Pravil markirovki biologicheski aktivnyh dobavok k pische sredstvami identifikatsii i osobennostjah vnedrenija gosudarstvennoj informacionnoj sistemy monitoringa za oborotom tovarov, podlezhashih objazatel'noj markirovke sredstvami identifikatsii, v otnoshenii biologicheski aktivnyh dobavok k pische [On approval of the Rules for labeling biologically active food additives by means of identification and the specifics of the implementation of the state information system for monitoring the turnover of goods subject to mandatory labeling by means of identification in relation to biologically active food additives] : Resolution of the Government of Russia [2024-12-02 :2023-05-31]. — M., 2023. [in Russian]

10. Gabrieljan N.V. Kompleksnaja otsenka razvitija farmatsevticheskikh rynkov stran Sodruzhestva Nezavisimyh Gosudarstv [Comprehensive assessment of the development of pharmaceutical markets in the Commonwealth of Independent States] / N.V. Gabrieljan, S.A. Parfejnikov, I.N. Andreeva [et al.] // Bulletin of the Russian Military Medical Academy. — 2012. — № 1 (37). — P. 256–260. [in Russian]

11. Glavnoe ob omnikanal'nosti [The main thing about omnichannel] // Criteo.com. — 2022 — URL: <https://www.criteo.com/wp-content/uploads/2019/06/Criteo-eBook-Omnichannel-UnpackedRU.pdf> (accessed: 22.10.2024) [in Russian]

12. Schilirò D. Digital platforms and digital transformation / D. Schilirò. — 2023 — URL: https://mpa.ub.unimuenchen.de/118006/1/Schilir%C3%B2_Digital%20platforms%20and%20digital%20transformation_WP2023-7.pdf (accessed: 30.10.2024).