

УДК 615.1

РОСТ КОНСОЛИДАЦИИ АПТЕЧНОГО БИЗНЕСА

Л.Б.Оконенко, Т.И.Оконенко, Е.И.Ляпидовская

THE GROWING CONSOLIDATION OF PHARMACEUTICAL BUSINESS

L.B.Okohenko, T.I.Okohenko, E.I.Lyapidovskaya

Институт медицинского образования НовГУ, lyapidovskaya@gmail.com

Консолидация — закономерный процесс, затрагивающий большинство отраслей экономики и определяющий этапы их развития. В последние годы и в аптечном бизнесе наблюдаются основные стратегии консолидации рынка — всплеск слияний и поглощений крупных аптечных сетей. Для того чтобы выяснить, на какой стадии находится фармацевтический ритейл в России, мы основывались на теории консалтинговой компании А.Т.Кearney. В исследовании проанализированы данные и рассчитаны коэффициенты концентрации ТОП-3 аптечного коммерческого рынка с 2008 по 2014 гг. Ежегодные изменения в отрасли — активный рост и экспансия, а также сопоставление данных с консолидационной синусоидой, показали, что в настоящее время положение дел характерно для стадии роста консолидации. На данном этапе наибольшую важность приобретает масштаб аптечной сети и ее конкурентоспособность на рынке.

Ключевые слова: консолидация, аптечные сети, слияния и поглощения, рост консолидации

Consolidation is a logical process that affects most of economic sectors and determines the stages of their development. The basic strategies of market consolidation such as mergers and acquisitions are observed in pharmacy business as well. We used the consolidation theory of A.T.Kearney's consulting company to find out the condition of pharmaceutical retail in Russia. To answer this question, we analyzed the data on concentration ratios of Top3 in pharmaceutical commercial market from 2008 to 2014. Comparison of our researches with the consolidation theory and its sinusoid showed that nowadays the situation is typical for the stage of consolidation growing. At this stage, the scale of organization and its competitiveness in market conditions become very important. Active growth and expansion of large pharmacy chains confirm this conclusion.

Keywords: *consolidation, pharmacy chains, mergers and acquisitions, consolidation growing*

Введение

Развитие экономики в России не стоит на месте. Многие отрасли в нашей стране уже подошли к итогу консолидации. В фармацевтической отрасли в последние годы наблюдаются активно протекающие процессы слияния и поглощения крупных аптечных сетей, в связи с чем изучение консолидации аптечного бизнеса представляется актуальным и значимым вопросом для подробного исследования.

Целью данной работы явилось изучение процесса консолидации аптечного бизнеса в России и определение стадии его развития.

Материалы и методы исследования

Подробно консолидационные процессы на основании опыта европейской и американской экономик были изучены консалтинговой компанией A.T.Kearney, основанной в США в 1926 г. Авторы провели серьезные исследования 1345 крупных сделок M&A в мире и выяснили, что зависимость показателей концентрации отрасли от времени остается неизменной во всех рассмотренных сделках. На основании этого открытия была представлена модель развития всех отраслей экономики. Главная теория A.T.Kearney заключается в том, что консолидация — это объективный и закономерный процесс, который для всех рынков происходит по S-образной кривой жизненного цикла отрасли [1]. Базовыми стратегиями при этом являются органический рост — последовательное и стабильное развитие за счет собственной прибыли или банковских кредитов, и рыночная экспансия — активный рост за счет слияний и поглощений. К вторичным стратегиям консолидации относят: стратегические альянсы, создание профессиональных отраслевых ассоциаций, государственные корпорации. Масштабу компании отдается ведущая роль на пути к успеху в сложной конкурентной борьбе. Время этот процесс может занимать разное, однако его итог и определенные этапы развития прослеживаются всегда.

Выделяют 4 основные стадии процесса консолидации:

1. Стадия открытия: рыночная концентрация либо совсем незначительна, либо отсутствует вовсе; возможно возникновение инициаторов консолидации. В данной фазе находятся начинающие или отделенные отрасли.

2. Стадия роста: размер компаний играет главенствующую роль. Появляются крупные игроки, поглощающие конкурентов с целью увеличения своего масштаба.

3. Стадия фокуса: лидирующие участники отрасли расширяют основные предприятия, избавляясь

при этом от второстепенных подразделений. Борьба за первенство среди конкурентов активно продолжается.

4. Стадия баланса и альянсов: главенствующие позиции принадлежат небольшому количеству игроков — титанам отрасли. Они могут образовывать альянсы с другими гигантами, так как рост на этой стадии становится довольно затруднительным.

Аптечный бизнес, судя по всему, не является исключением из правил. Легко проследить явный процесс консолидации, протекающий в последние годы. Консолидация аптечного бизнеса рассматривается с точки зрения объединения аптечных сетей, ведь именно от их концентрации зависит состояние этого сегмента рынка [2-4].

Начальная стадия консолидации в условиях российского фармрынка наступила намного позже, чем само открытие отрасли. Это обуславливается определенным этапом в жизни самой страны: 90-е годы прошлого века подтолкнули многих предпринимателей, имевших определенные сбережения, к одновременной покупке акций различных компаний [5]. Первые отголоски консолидации в аптечном сегменте стали заметны начиная с 2003-2004 гг. Так, в 2003 г. образовалась Российская ассоциация аптечных сетей (РААС), учредителями которой стали ЗАО «Аптеки 36,6», ООО «Вита», МП «Нижегородская аптечная сеть», МУП «Пермские аптеки», ООО «Аптека «Авиценна»», а также ведущая аналитическая компания в фармацевтической отрасли — Центр маркетинговых исследований «Фармэксперт». РААС стала призером в номинации «За инициативу консолидации аптечных сетей России», учрежденной конкурсом «Платиновая унция» в 2004 г. Организация существует и развивается и по сей день, а в 2012 г. даже стала победителем в номинации «наиболее влиятельная профессиональная некоммерческая организация/ассоциация» [6].

Многие крупные аптечные бренды в последние годы приобретали более мелкие региональные сети. Стратегию органического роста выбрали для себя такие сети, как «Первая помощь», «Самсон-Фарма», «Ригла». В прошлом году был отмечен значительный прирост числа аптек «Риглы» — самый большой за всю историю сети, количество точек превысило тысячу. С начала 2014 г. аптечная сеть «Озерки» вошла в состав группы «Доктор Столетов». Компания A.V.E. Group присоединила к себе 3 московские сети: «Соцстор», «Плениа», «120 на 80» и подмосковную сеть «Феола», увеличив при этом число своих аптек почти на полсотни. Кроме того, произошел процесс слияния с одними из крупнейших аптечных сетей нашей страны — «Аптеки 36,6» и «Старый Лекарь» [3]. В ближайшие годы ожидается и дальнейшее развитие процесса консолидации, так как успешный рост аптечного бизнеса возможен только при территориальном расширении и увеличении долей рынка [4].

Результаты исследования

Активное развитие сетей прослеживается с 2008 г. Чтобы выявить динамику их роста, исходя из теории А.Т.Кернеу, нами был рассчитан коэффициент CR3, используемый для построения кривой консолидации (рис.1). Этот коэффициент равен совокупной доле трех крупнейших компаний в отрасли и является одним из важнейших показателей консолидационного процесса (см. табл.). Расчет проведен, исходя из данных о рейтинге аптечных сетей по обороту, опубликованных DSM Group за 2008-2014 гг. [7].

Рейтинг аптечных сетей по обороту за 2008-2014 гг. на аптечном коммерческом рынке

Место	Аптечные сети	Доля на коммерческом сегменте, %	Коэф. CR3	Год
1.	Аптечная сеть 36,6	6,3	11,6	2008
2.	Ригла	3,1		
3.	Фармакор	2,2		
1.	Аптечная сеть 36,6	4,1	9,1	2009
2.	Ригла	2,8		
3.	Фармакор	2,2		
1.	Аптечная сеть 36,6	2,8	7,0	2010
2.	Ригла	2,4		
3.	Имплозия	1,8		
1.	Аптечная сеть 36,6	2,7	7,2	2011
2.	Ригла	2,4		
3.	Имплозия	2,1		
1.	Ригла	2,5	7,3	2012
2.	А5	2,4		
3.	Аптечная сеть 36,6	2,4		
1.	Ригла	2,9	7,3	2013
2.	Доктор Столетов	2,2		
3.	Имплозия	2,2		
1.	Ригла	3,2	8,8	2014
2.	A.V.E. group*	3,0		
3.	Имплозия	2,6		

*Включая 36,6 и оборот аптечной сети «Старый Лекарь» за 4 квартал 2014 г.

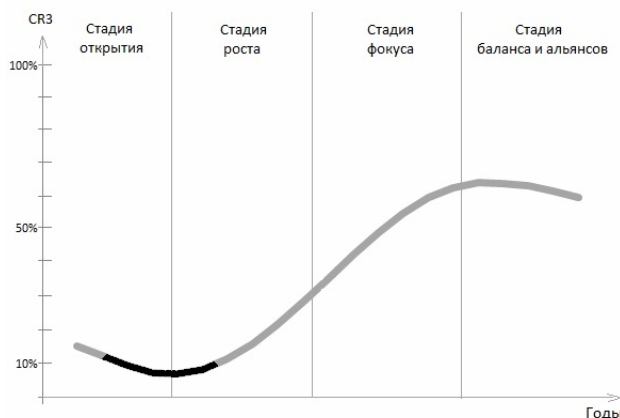


Рис.1. S-образная кривая консолидации

Можно отметить наивысший показатель концентрации в 2008 г. — он равен 11,6, затем совокупная доля трех лидеров стала уменьшаться и лишь в последние несколько лет снова начала расти. Рейтинг сетей по итогам первого квартала 2015 г., представленный DSM Group, показывает, что первые три позиции сохранили за собой те же самые игроки. Происходит дальнейшее постепенное увеличение концентрации фарм ритейла, первые три аптечные сети в сумме уже имеют 8,9% на коммерческом рынке. У лидера с 3,2%, компании «Ригла», в период январь-март прибавилось 30 торговых точек, и насчитывается уже 1233 аптеки. Совокупно первые 15 аптечных сетей рейтинга показали прирост на 21,2%, и в сумме их концентрация составила 23,8% [7].

График, построенный на основании данных за 2008-2014 гг., представлен на рис.2.

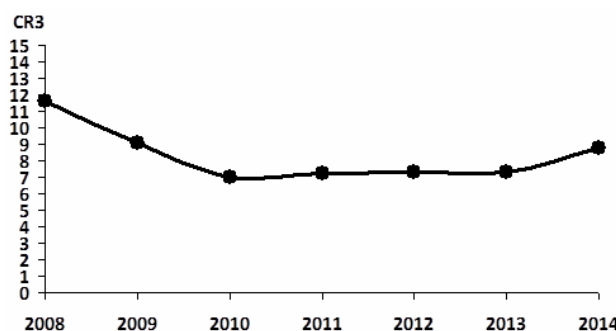


Рис.2. График, отражающий концентрацию топ-3 аптечных сетей в 2008-2014 гг.

Если сравнить его с графиком, условно изображающим процесс консолидации в виде S-образной кривой, можно увидеть, что построенный нами график напоминает выделенную часть отрезка консолидационной «синусоиды» (рис.1).

Таким образом, принимая во внимание тенденции к слияниям и увеличению числа точек продаж, а также на основании обработанных данных, можно предположить, что аптечный бизнес находится на стадии роста. Именно на этом этапе играет роль масштаб компании, который в большинстве случаев достигается путем слияний и поглощений. Лидирующие игроки тщательно выбирают кандидатов на поглощение — от этого напрямую зависит будущий успех совместной фирмы, а значит, и отрыв от ближайших конкурентов. Когда стадия роста подходит к концу, от исходного количества участников отрасли остается чаще всего лишь четверть. Доля Топ-3 участников возрастает, таким образом, и концентрированность отрасли в целом значительно увеличивается.

В условиях роста консолидации, по мнению консалтинговой компании А.Т.Кернеу, решающую роль играет конкурентоспособность организации. Ведь от того, насколько аптечная сеть может противостоять конкурентам, зависит, сможет ли она идти в ногу со временем, подчиняясь и опережая процессы консолидации, либо будет вынуждена покинуть рынок или войти в состав другой организации.

1. Динз Г., Крюгер Ф., Зайзель С. К победе через слияние. Как обратить отраслевую консолидацию себе на пользу. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 252 с.
2. Широкова И. Большая фарма прирастает М&А // Ремедиум. 2011. №9. С.20-23.
3. Широкова И. Ключевые тренды аптечной розницы: в контексте мирового опыта // Ремедиум. 2014. №10. С.28-32.
4. Красников В. Тенденция, за которой надо будет следить в 2015 году — укрупнение аптечных сетей // Аптечное дело. Февраль 2014. С.36-37.
5. Петрова Ю. Рацион для титанов // Секрет фирмы. 2005. №43 (130). С.56-60.
6. Российская Ассоциация Аптечных Сетей. Об ассоциации [Эл. ресурс]: <http://www.raas.ru/?module=custompage&id=1>
7. DSM Group. Аналитические отчеты [Электронный ресурс]: <http://www.dsm.ru/marketing/free-information/analytic-reports/>

References

1. Deans G., Kroegeer F., Zeisel S. Winning the Merger Endgame: A Playbook for Profiting from Industry Consolidation.

- New York, McGraw-Hill Publ., 2003. 242 p. (Russ. ed.: Dinz G., Kriuger F., Zaizel' S. K pobede cherez sliianie. Kak obratit' otraslevuiu konsolidatsiiu sebe na pol'zu. Moscow, "Al'pina Biznes Buks" Publ., 2004. 252 p.)
2. Shirokova I. Bol'shaia farma prirastaet M&A [Big Pharma grows through M&A]. Remedium, 2011, no. 9, pp. 20-23.
3. Shirokova I. Kliuchevye trendy aptechnoi roznitsy: v kontekste mirovogo opyta [Key trends of retail pharmacies: in the context of international experience]. Remedium, 2014, no. 10, pp. 28-32.
4. Krasnikov V. Tendentsiia, za kotoroi nado budet sledit' v 2015 godu — ukрупnenie aptechnykh setei [The tendency for to follow in 2015 — consolidation of pharmacy chains]. Aptechnoe delo, 2014, no. 2, pp. 36-37.
5. Petrova Iu. Ratsion dlia titanov [Ration for Titans]. Sekret firmy, 2005, no. 43 (130), pp. 56-60.
6. Rossiiskaia Assotsiatsiia Aptechnykh Setei. Ob assotsiatsii [The Russian Association of Pharmacy Chains. About the association]. Available at: <http://www.raas.ru/?module=custompage&id=1>
7. DSM Group. Analiticheskie otchety [Analytical reports]. Available at: <http://www.dsm.ru/marketing/free-information/analytic-reports/>