

7. Загребин В. В. Социальные последствия потребления психоактивных и наркотических средств молодежью // Вестник Новгородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2013. – №2. – С. 20-26.

8. Эффективность экономики России: Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 17.02.2021).

9. Лозовая Г.В. Методика диагностики склонности к различным видам зависимостей [Электронный ресурс] – 2016. - URL: <http://elar.uspu.ru/bitstream/uspu/4769/1/07Yakubenok..> (дата обращения: 21.10.2020).

10. Зелинская Д. И. Инвалидность подростков в Российской Федерации / Д. И. Зелинская, Р.Н. Терлецкая // Социальные аспекты здоровья населения. - 2008. – №1. – С. 22-25.

УДК 615.15

**Солонина В.В., Канторович А.Я., Крупина А.В., Петров А.Л., Андрианова Г.Н.**

**ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭКОСИСТЕМНЫХ ПРОДУКТОВ  
РОЗНИЧНОГО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА УРФО**

Кафедра управления и экономики фармации, фармакогнозии  
Уральский государственный медицинский университет  
Екатеринбург, Российская Федерация

**Solonina V.V., Kantorovich A.J., Krupina A.V., Petrov A.L., Andrianova G.N.  
THE FUNCTIONAL ANALYSIS OF THE RETAIL PHARMACEUTICAL  
MARKET'S ECOSYSTEM PRODUCTS OF THE URAL FEDERAL  
DISTRICT**

Department of pharmacy management and economics, pharmacognosy  
Ural state medical university  
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: [solonina\\_valeria@mail.ru](mailto:solonina_valeria@mail.ru)

**Аннотация.** Проведен функциональный анализ экосистемных продуктов розничного фармацевтического рынка, основанный на функциональном структурированном картировании современных электронных торговых площадок фармацевтического рынка УрФО с признаками экосистемной трансформации. В качестве объектов исследования были выбраны ООО "Здравсити", ООО "Аптека.ру", ООО "Еаптека". На первом этапе характеризовалась информационная среда пациента в новом пространстве экосистемной трансформации. На втором этапе для комплексной оценки различий в генерациях платформенных электронных торговых площадок

проводили дифференциацию поколений исследуемых систем. В результате исследования выявлено неравномерное развитие отдельных функциональных блоков исследуемых систем: приоритет последней генерации (ООО "Еаптека") смещен от материального потока к финансовому. Отмечена пациенториентированность систем с акцентом на формирование пула платежеспособных авторизованных пользователей с долгосрочной лояльностью.

**Annotation.** The functional analysis of the retail pharmaceutical market's ecosystem products was conducted. It's based on functional structured mapping of modern electronic trading floors of the pharmaceutical Ural market of the with signs of ecosystem transformation. There were following pharmacies chosen as the objects of the research: Здравсити, Аптека.ру, Сбер Еаптека. The first stage characterized the patient information environment in the new space of ecosystem transformation. In the second stage, the differentiation of the systems under study's generation was carried out to comprehensively assess the differences in the platform electronic trade areas's, generations. The research revealed uneven development of individual functional blocks of the systems under study: the priority of the last generation (Sber Eапteca) was shifted from material flow to financial flow.

**Ключевые слова:** контент-анализ, розничный фармацевтический рынок, классификация покупательских потребностей, бизнес-экосистемы

**Key words:** content analysis, retail pharmaceutical market, classification of consumer needs, business ecosystems.

### **Введение**

Модели бизнес-экосистем активно внедряются в различные сегменты потребительского рынка, в первую очередь экосистемная трансформация коснулась технологических сегментов, характеризующихся относительно низкой долей основного капитала [1,2]. Современным трендом является расширение сегмента бизнес-экосистем в направлении фондоемких отраслей, в частности сегмента перевозок. Для фармацевтической отрасли экосистемная модель построения каналов распределения является новой, но активно развивающейся технологией построения сетевых межфирменных взаимодействий в системе коммерческого лекарственного обеспечения [1]. В современных условиях актуальным является изучение добавленной потребительской ценности от внедряемых фармацевтических экосистем, как в контексте ассортиментной доступности лекарственных препаратов, так и в аспекте эргономичности и информативности пользовательского интерфейса для пациента. Интерес также представляет дифференциация поколений сетизированных фармацевтических электронных площадок для определения конкретных направлений формирования добавленной ценности организационных инноваций фармацевтического рынка.

**Цель исследования** – оценка функциональных возможностей и информационной среды пользовательского интерфейса цифровых фармацевтических торговых площадок, имеющих признаки экосистемной

трансформации, для оценки действительной добавленной потребительской ценности нового поколения инновационных агентов фармацевтического рынка УрФО.

### **Материалы и методы исследования.**

Для проведения исследования использовали результаты контент-анализа современных электронных площадок, обладающих признаками экосистемной трансформации. Критериями включения в анализ было одновременное исполнение трех условий: наличие электронной торговой площадки, специализированной для работы на розничном фармацевтическом рынке (отвечающей требованиям Постановления Правительства РФ от 16 мая 2020 г. N 697); присутствие в качестве агента фармацевтического рынка в большинстве субъектов РФ; отсутствие привязки к основным фондам конкретной аптечной сети (Функциональная сетизация). В качестве объектов исследования были выбраны ООО "Здравсити", ООО "Аптека.ру", ООО "Еаптека". Основой методики анализа являлась функциональное картирование в разрезе классификации покупательских потребностей, объективизация обеспечивалась экспертной оценкой эргономичности функциональных элементов (4 эксперта с высшим фармацевтическим образованием), также оценивали субъективную эстетичность маркетинговых и функциональных элементов.

### **Результаты исследования и их обсуждение.**

Анализ включал как общую оценку информационной среды пациента на розничном фармацевтическом рынке, так и сравнительное функциональное картирование платформ разных поколений. На первом этапе характеризовалась информационная среда пациента в новом пространстве экосистемной трансформации, для этого использовались стандартные подходы к категоризации покупательских потребностей, далее проводилась адаптация набора функций к целевым потребностям [3]. Было выделено 3 блока потребностей и сформирована карта потребительских свойств информационной среды программных продуктов, состоящая из 11 функциональных параметров. Для каждой из крупных категорий потребностей выделили ряд функциональных подблоков, специфичных для фармацевтического рынка: фармакотерапевтический (подразумевает поиск по МНН, интегрированный реестр документов по качеству), логистический (включает выбор места получения, push-уведомления), эргономический (версия для слабовидящих, кроссбраузерность), финансово-технологический (системы бонусов и возможность оплаты с использованием платежных карт). Для категории психологических потребностей было определено 4 функциональных подблока: безопасность (защита персональных данных, открытость информации по сроку годности), доступность (автоподбор товара-комплемента, выбор по геолокации), эстетичность (перегруженность контентом, стилевое единство элементов интерфейса) и потребность выбора (выбор по составу или район получения). Категория социальных потребностей была представлена следующими подблоками: статус (гендер- и возраст-специфичные товары, выбор страны-

производителя), коммуникацию (отзывы, горячая линия) и идентификацию. Для оценки степени выраженности (эргономичности/эстетичности) использовалась усредненная ранговая экспертная оценка (от 0 до 2).

При апробации методики для оценки информационной среды пациента функциональные параметры отдельных фармацевтических платформ были усреднены для описания общего пространства доступных инструментов. Результаты ранговой оценки по агрегированным блокам, с использованием относительного накопления оценок по подблокам (коэффициент широты функционала, скорректированный на количество параметров в подблоке) говорят о приоритете социального блока функциональных параметров, что свидетельствует о доминанте коммуникационного компонента в платформенных фармацевтических сервисах.

Наиболее интересным с точки зрения модификации современных платформенных фармацевтических продуктов, по нашим данным, является функциональный блок параметров. Стоит отметить значительную вариативность полноты применяемых инструментов (коэффициент широты функционала варьирует от 0,8 до 4,75), кроме того, отмечена гетерогенность представленности в разрезе агрегированных подблоков, так финансово-технологический подблок вне зависимости от генерации представлен сравнительно слабо (коэффициент широты функционала 0,8). Низкая финансово-технологическая развитость в первую очередь связана с низким проникновением современных платежных систем, в частности в периоды неопределенности нормативного регулирования в сфере розничной фармацевтической деятельности в дистанционной форме. Так технологии администрирования финансового потока в форме электронных расчетов и эквайринговых процедур смещены на уровень аптечной организации и проходят без отрыва от основных торговых фондов отрасли.

Психологический блок также характеризуется высокой представленностью на функциональной карте, кроме того, является наиболее представительным с точки зрения разнообразия инструментов (27 инструментов). Широкое включение функций комплементарных потребностей безопасности, выбора, доступности характеризует современные фармацевтические платформы с точки зрения приоритета стратегии пациентоориентированности [4] и формирования стойкой лояльности авторизованных пользователей системы.

На втором этапе проводилось сравнение поколений экосистемных продуктов, для комплексной оценки различий в поколениях платформенных электронных торговых площадок проводили дифференциацию поколений исследуемых систем. К первой генерации относили платформенные электронные торговые фармацевтические площадки с привязкой к основным торговым фондам отрасли. К первой генерации отнесли системы ООО "Здравсити", ООО "Аптека.ру" как сопряженные с предприятиями оптовой торговли лекарственными препаратами (ЗАО Фирма ЦВ «Протек», АО НПК «Катрен» соответственно). Вторая генерация исследуемых систем

соответствовала игрокам, имеющим максимальную степень сетизации функций в сегменте фармацевтического ритейла, к данной генерации отнесли платформу ООО "Еаптека", которая характеризуется большим сродством к финансовому потоку и делегированием управления материальным потоком лекарственных препаратов действующим игрокам фармацевтического рынка.

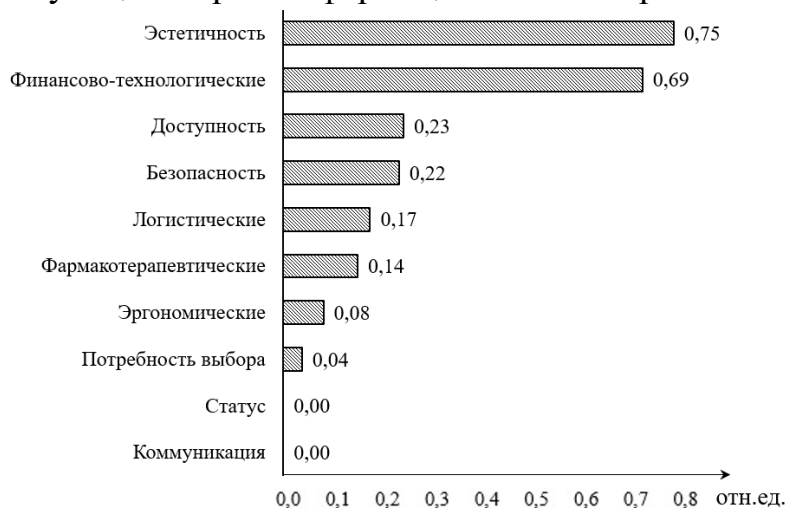


Рис. 1 Результаты функционального картирования генераций

Результаты интерпретации полученных различий позволяют выделить приоритетные направления в формировании добавленной ценности платформенных продуктов последней генерации. Значимые отклонения по функциональным параметрам отмечены для функционального блока в части финансово-технологических возможностей (современные системы оплаты), для психологического блока – в части эстетических параметров. Таким образом, современная генерация экосистемных продуктов розничного фармацевтического рынка в первую очередь направлена на оптимизацию функционала финансового потока, при этом базис инструментов, направленных на удовлетворение функциональных потребностей остается неизменным. Фронт инновационных изменений коснулся также функций комплементарных психологическим потребностям в части эстетичности и безопасности, что говорит о сохраняющемся приоритете формирования пула лояльных пользователей и ориентации на платежеспособного пациента, адаптированного к современным платформенным продуктам других сегментов рынка.

#### **Выводы:**

1. Проведен функциональный анализ экосистемных продуктов розничного фармацевтического рынка, основанный на функциональном структурированном картировании современных электронных торговых площадок фармацевтического рынка УрФО с признаками экосистемной трансформации. Для оценки степени выраженности функционально-эстетических элементов, комплементарным удовлетворению покупательских потребностей, использовалась экспертная оценка.

2. Результаты исследования говорят о неравномерном развитии отдельных функциональных блоков исследуемых систем, приоритет последней генерации (ООО "Еаптека") смещен от материального потока к финансовому (в части современных средств платежа). В целом, отмечена пациенториентированность исследуемых систем с акцентом на формирование пула платежеспособных авторизованных пользователей с долгосрочной лояльностью.

**Список литературы:**

1. RNC Pharma представляет TOP-15 компаний e-com сегмента российской фармацевтической розницы по итогам 1-2 кв. 2020 г [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — Аналитическая компания "RNC Pharma", 2020. — Режим доступа: [https://rncph.ru/news/13\\_10\\_2020\\_1](https://rncph.ru/news/13_10_2020_1) (дата обращения: 21.03.2021).

2. Фарма: Итоги года 2020 [Электронный ресурс] /. — Электрон. текстовые дан. — DSM Group, 2021. — Режим доступа: <https://dsm.ru/> — Электрон. Презентация (дата обращения: 21.03.2021).

3. 3 most common types of customer needs to be aware of [Электронный ресурс] / Tim Stobierski. — Электрон. текстовые дан. — Harvard Business School Online, 2020. — Режим доступа: <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-customer-needs> (дата обращения: 21.03.2021).

4. Канторович А. Я., Петров А. Л., Андрианова Г. Н. Методический подход к маркетинговой оценке эффективности онлайн-позиционирования аптечных сетей в Уральском федеральном округе //Медико-фармацевтический журнал «Пульс». – 2020. – Т. 22. – №. 1. – С. 39-46.

УДК 61:001.89

**Суфиянова А.Р. Ошкордина А. А.  
АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГАУЗ СО  
«ОДКБ»**

Кафедра экономики социальной сферы  
Уральский государственный экономический университет  
Екатеринбург, Российская Федерация

**Sufyanova A. R. Oshkordina A.A.  
ANALYSIS OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM IN THE  
STATE AUTONOMOUS HEALTHCARE INSTITUTION OF THE  
SVERDLOVSK REGION REGIONAL CHILDREN'S CLINICAL HOSPITAL**

Department of Social Economics  
Ural State University of Economics  
Yekaterinburg, Russian Federation

E-mail: [sufiali1111@mail.ru](mailto:sufiali1111@mail.ru)