

«Ситуация и тенденции на госпитальном рынке РФ»

РАФМ

25 ноября 2004

Генеральный директор

ЗАО «Р-Фарм»

А.Е. Репик



Генеральный директор
ЗАО "Р-Фарм" А.Е.Репик

Основные критерии определения госпитального дистрибьютора

- Клиентская база
- Ассортимент
- Участие в формировании спроса
- Индивидуальный подход к клиенту

Генеральный директор
ЗАО "Р-Фарм" А.Е.Репик

SWOT

Сильные стороны

- Высокий уровень специализации
- Управляемость компании
- Качество коммуникаций между компанией и ее клиентами, key-account management
- Кадровая составляющая
- Экономия на затратах и гибкая ценовая политика

Генеральный директор
ЗАО "Р-Фарм" А.Е.Репик

SWOT

Слабые стороны

- Зависимость от клиентов и поставщиков
- Отсутствие возможности диверсификации бизнеса
- Ограниченный ассортимент
- Высокая дискретность поставок/поставки небольшого объема
- Дефицит оборотных средств

SWOT

Возможности для развития

- Увеличение общего объема финансирования ЛПУ
- Рост инвестиций в R&D
- Приватизация государственных клиник
- Развитие ДМС
- Рост интереса к российскому госпитальному рынку и выход на него новых производителей

Генеральный директор
ЗАО "Р-Фарм" А.Е.Репик

SWOT

Внешние угрозы

- Государственное регулирование
- Централизация закупок
- Укрупнение рынка

Основные тенденции

- Расширение ассортимента для работы «под ключ»
- Увеличение роли института «авторизованного дистрибьютора»
- Уход от технического обслуживания производителя
- Аутсорсинг
- Регистрация и внедрение новых госпитальных продуктов

Генеральный директор
ЗАО "Р-Фарм" А.Е.Репик