

УДК 658.8

**ОБ АКТУАЛЬНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ
ВЕНДИНГОВЫХ АВТОМАТОВ**

Андрианова К. А., студент гр. 4301, III курс

Научный руководитель: Галимуллина Н.М., к.и.н., доцент

Казанский национальный исследовательский технический университет им.

А.Н. Туполева-КАИ, г. Казань

В современном мире важен постоянный доступ к лекарствам и товарам первой необходимости для обеспечения здоровья населения. Однако в ряде регионов, особенно в удаленных и сельских местностях, существует проблема отсутствия круглосуточных аптек и магазинов, что может создавать трудности для людей, нуждающихся в лекарствах и товарах первой необходимости в нерабочее время. В данном проекте предлагается решение данной проблемы с помощью установки вендинговых аппаратов с лекарствами и предметами первой необходимости.

Симптомами данной проблемы являются:

1. Отсутствие доступа к необходимым лекарствам: Люди, имеющие хронические заболевания, могут столкнуться с ситуацией, когда им срочно нужны лекарства, а ближайшая аптека закрыта.
2. Нехватка товаров первой необходимости: В экстренных ситуациях, таких как травмы, отсутствие доступа к бинтам, антисептикам и другим необходимым товарам может привести к ухудшению состояния здоровья.
3. Отсутствие информации о наличии лекарств: Люди не знают, где можно приобрести необходимые медикаменты.
4. Невозможность покупать в аптеках анонимно: Люди предпочитают покупать некоторые товары анонимно, но за невозможностью этого, вынуждены отказываться от покупки.

Причины данной проблемы могут быть связаны с недостаточно развитой инфраструктурой в удаленных районах, низкой рентабельностью открытия круглосуточных аптек и магазинов, а также отсутствием интереса к таким регионам.

Существуют различные источники, подтверждающие актуальность проблемы. Например, в статье «Неравенство в лекарственном обеспечении населения, проживающего в отдаленных сельских районах» подтверждается, что существует ограниченная доступность аптечных пунктов в удаленных и труднодоступных районах где, на 01.01.2018 проживало 26,5 % населения Российской Федерации. В ряде населенных пунктов нет ни одной аптеки, а ближайшие районные находятся за несколько десятков километров [1].

Между тем, по данным международного исследовательского агентства Allied Market Research, рынок вендинговых автоматов к 2027 г., показав ежегодный прирост в 6,7%, достигнет 146,6 млрд долларов. Частично это будет обеспечено с помощью развития концепции «здоровья на ходу» в виде развития вендинга, упрощающего доступ к товарам медицинского назначения и снижая нагрузку на аптечные сети.

Динамика этого рынка представлена в таблице 1. [2].

Таблица 1.

Распространенность вендинговых аппаратов с товарами медицинского назначения

Страна размещения	Количество автоматов	Типы продаваемых товаров	Статистика роста рынка
США	Более 2000	Противовирусные препараты, витамины, обезболивающие	7,26% в год (2024–2032)
Германия	Около 1500	Препараты первой помощи, анальгетики, витамины	5,2% в год
Япония	Более 10000	БАДы, витамины, противовирусные препараты	8,1% в год

К сегодняшнему дню в России уже существуют вендинговые аппараты с парафармацевтическими лекарствами, в них можно приобрести биологически активные добавки, предметы личной гигиены, линзы и товары для оказания первой помощи, но аппаратов с важными в экстренных ситуациях безрецептурными препаратами так и не появилось.

Такие аппараты могут быть установлены в местах с высокой проходимостью, таких как вокзалы, аэропорты и другие общественные места, что обеспечит доступность необходимых товаров в любое время суток.

Для подтверждения актуальности проекта был проведен опрос потенциальной аудитории.

Почти у половины опрошенных в данный момент скорее нет дома лекарств первой необходимости, чем есть, что показано на рис. 1.

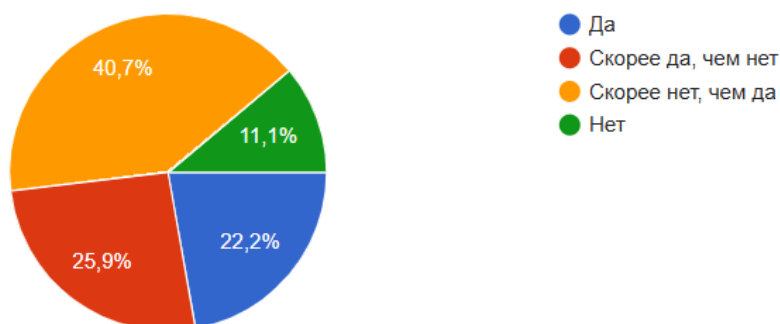


Рис 1. Наличие лекарственных препаратов дома

У большинства людей есть аптека в шаговой доступности, но 60% процентов тех, кто ответил нет, живут в населенных пунктах до 3 тыс. чел., а оставшиеся 40% живут в населенных пунктах от 3 тыс. до 50 тыс. человек.

Практически треть опрошенных хотела бы иметь возможность приобрести что-либо анонимно (рис. 2), из них чуть больше трети людей юношеского возраста и большинство пожилого возраста.

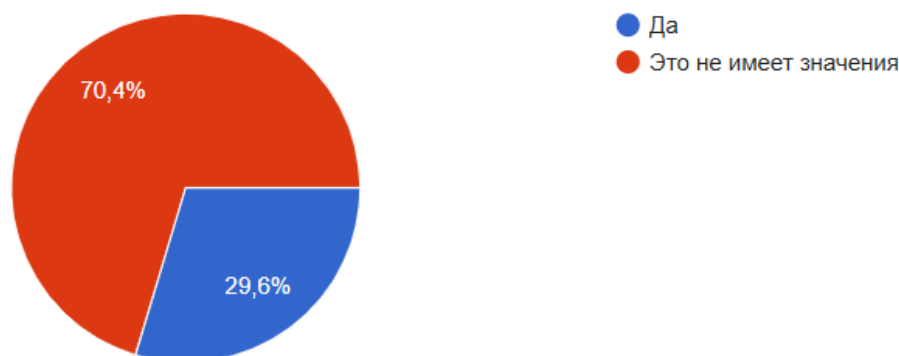


Рис 2. Значимость возможности анонимной покупки товаров медицинского назначения

Еще один вопрос был направлен на факторы, значимые при выборе покупки аптечных товаров через вендинговый аппарат, распределение ответов представлено на рис. 3.

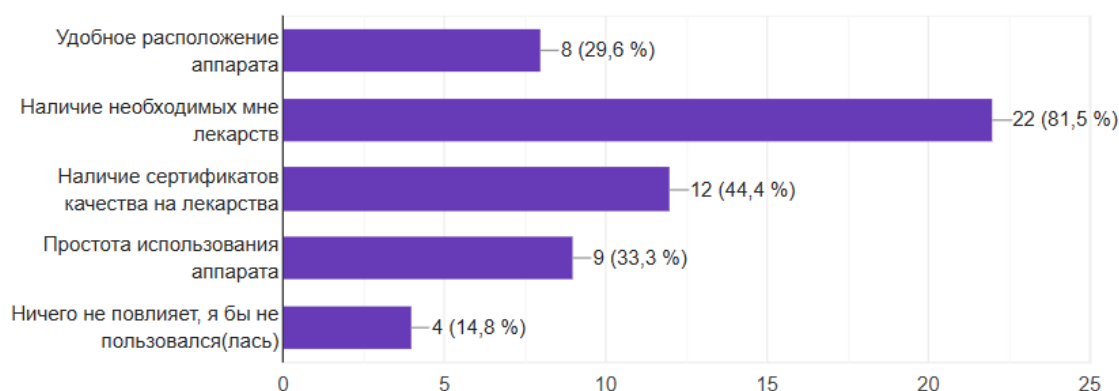


Рис 3. Значимые критерии выбора вендинга как способа покупки товаров медицинского назначения

Результаты опроса показали востребованность медицинских вендинговых аппаратов. Это потенциально дает возможность предполагать как экономическую целесообразность проекта, так и его социальный эффект.

Необходимо рассмотреть перспективность проекта с помощью оценки сильных и слабых стороны, возможностей и угроз проекта, т.е. провести SWOT-анализ, который в перспективе позволит выработать стратегии, которые помогут отличить компанию от конкурентов [3].

В таблице 2 представлены результаты SWOT-анализа проекта по установке вендинговых автоматов.

Таблица 2.

Результаты SWOT-анализа

Потенциальные внутренние сильные стороны: – знание предпочтений населения; – привлечение инвестиций на выгодных условиях; – доверие со стороны населения; – положительная репутация; – оперативное принятие решений; – четкий план действий по закупке, доставке, установке и обслуживанию вендинговых аппаратов; – оптимальная ценовая политика, учитывающая покупательную способность населения; – удаленный мониторинг состояния аппаратов, запасов товаров и технических сбоев – отсутствие необходимости в покупке больших помещений и в найме работников; – налаженная логистика со своевременной доставкой товара;	Потенциальные внутренние слабые стороны: – отсутствие возможности консультации с фармацевтом; – необходимость в постоянной поддержке температуры; – низкая рентабельность; – длительный срок окупаемости; – непонимание особенностей фармацевтического рынка; – отсутствие специалистов по рекламе в сельской местности; – негативное восприятие со стороны населения; – высокие транспортные расходы;
Потенциальные внешние возможности: – увеличение спроса на товары для здоровья; – внедрение удаленного мониторинга; – создание собственной сети; – установление контактов с производителями лекарств; – обеспечение доступа к товарам первой необходимости во время чрезвычайных ситуаций; – использование более надежных вендинговых аппаратов; – внедрение автоматической диагностики и удаленного устранения неисправностей; – для проектов в сельской местности получение льгот по налогу на прибыль и налогу на имущество;	Потенциальные внешние угрозы: – появление крупных аптечных сетей с более низкими ценами за счет масштабов; – увеличение количества заказов лекарств через интернет с доставкой на дом; – недостаточный спрос на товары; – низкая рентабельность; – дорогостоящие лицензии и сертификаты; – простой аппаратов;

Итак, обеспечить доступность лекарств в отдаленных селах без круглосуточных аптек можно с помощью внедрения сети вендинговых аппаратов с

базовыми медикаментами, что будет доступно после правовой проработки данной проблемы.

Список литературы:

1. Сидоренко, Е.Н. Неравенство в лекарственном обеспечении населения, проживающего в отдалённых сельских районах / Е.Н. Сидоренко, Ж.Я. Аубакирова, А.Б. Айтбембетова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2019. - № 5 (95). – С. 90-94.

2. Зарипов, А. Экономика вендинговых автоматов и почему это новый тренд в медицине / А. Зарипов. Режим доступа: https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/vendig-v-medicine/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F&internal_source=copypaste(дата обращения 31.03.2026)

3. Kumar, C.R SWOT analysis / C.R Kumar, K.B. Praveena // International Journal of Advanced Research. – 2023. – Vol. 11 (09). – pp. 744-748.