

Apteki są jednymi z najstarszych znanych ludziom działalnościami usługowymi. Choć na przestrzeni wieków zmieniał się ich charakter, to nic nie wskazuje na to, by kiedyś miał nastąpić ich kres. Zapotrzebowanie na leki będzie istnieć zawsze, dlatego pomimo dużego nasycenia rynku jest to działalność wciąż perspektywiczna. Ewolucja tej branży pozwala znaleźć najbardziej odpowiadające nisze, które z tego – bądź co bądź – trudnego biznesu czynią działalność zyskową.

Założenie i prowadzenie apteki zarówno stacjonarnej, jak i połączonej z internetową będzie przedsięwzięciem bardzo wymagającym i skomplikowanym. Sprawdźmy, kto może prowadzić ten biznes, oraz jakie wymagania formalne musi spełnić. Podpowiemy także, kogo zatrudnić i jaką strategię działania przyjąć, aby osiągnąć satysfakcjonujące przychody.

Charakterystyka rynku

Wartość rynku aptecznego z roku na rok rośnie. Choć poszczególne miesiące charakteryzują się dużymi wahaniami, to w ogólnym rozrachunku każdy kolejny rok zamyka się wynikiem lepszym od poprzedniego o kilka procent. Polski rynek jest jednym z liderów globalnego wzrostu, zaraz za Chinami i Rosją. W ciągu najbliższych dwóch lat jego wartość może wzrosnąć o kolejne 5 mld dol.

Szacuje się, że średni miesięczny obrót statystycznej apteki wynosi od kilkudziesięciu do nawet 200 000 zł. Szacunkowa wartość sprzedaży za cały

2011 rok wyniosła w niej ok. 2,06 mln zł. Z kolei sprzedaż w całym kraju ukształtowała się na poziomie ok. 31 mld zł.

W ciągu ostatniej dekady liczba aptek w kraju wzrosła aż o 150%. Pomiimo tak dużego nasycenia eksperci zgodnie twierdzą, że rynek ten jest wciąż perspektywiczny i odporny na kryzysy ekonomiczne. Z ich wyliczeń wynika ponadto, że aby apteka była przedsięwzięciem opłacalnym, musi obsłużyć co najmniej 4000 klientów miesięcznie. Ze statystyk wynika, że przeciętną placówkę odwiedza w ciągu miesiąca ok. 3300-4600 klientów. Jeżeli dodać do tego fakt, że każdy z pacjentów zostawia w aptece jednorazowo ok. 30-40 zł i kupuje ok. 3 opakowań leków, to osiągnięcie i znaczne przewyższenie progu opłacalności wydaje się bardzo realne. Rynek apteczny charakteryzuje się pewną sezonowością. Szczyt sprzedaży przypada na okres luty-marzec oraz wrzesień-listopad, kiedy to największym „wzięciem” cieszą się leki OTC (wydawane bez recepty), czyli te przeciwbólowe, na grypę i przeziębienie itp.

To właśnie leki bez recepty są segmentem charakteryzującym się największymi wzrostami sprzedaży na poziomie ok. 8-10%. W przypadku przykładowej apteki stanowią one ok. 40% wartości całej sprzedaży w danej placówce. Nieznacznie wzrastają przychody ze sprzedaży leków na receptę pełnopłatną, zaś minimalnie maleje wartość w segmencie leków refundowanych, choć te z wynikiem ok. 50% stanowią największą część rynku. Na znaczeniu coraz bardziej zyskuje segment dermokosmetyków, czyli preparatów z pogranicza kosmetologii i medycyny. Choć są znacznie droższe od zwykłych kosmetyków pielęgnacyjnych, to zyskują coraz więcej nabywców.

W aptekach, podobnie jak w każdej działalności handlowej, przychody uzyskuje się dzięki marżom. Te wynoszą obecnie ok. 27% i są wyższe niż