



Евгений Нифантьев большого смысла переходить на прямые контракты не видит

торы, и большого смысла переходить на прямые контракты он не видит. «При нормальной платежной дисциплине от дистрибьютора можно получить очень хорошую цену», — говорит он. Впрочем, у сети более 70 прямых контрактов, которые служат для диверсификации поставок. Воспользоваться этим инструментом аптечную сеть заставил кризис 2014 г., когда резко упал курс рубля. Напрямую у производителей тогда было покупать выгоднее, однако постепенно все вернулось на круги своя, и дистрибьюторы все же заняли большую часть поставок.

Хочу маржу дистрибьютора

Тем не менее для многих небольших аптечных сетей прямой контракт, как им

кажется, это способ повысить эффективность бизнеса. Ведь логично — если из цепи убрать одно звено, то можно напрямую договориться с производителем и получить цену дистрибьютора. Но, как оказалось, это иллюзия. Директор производственной фирмы «ФитоФарм» **Дмитрий Семенихин** рассказал, что у них аптечные сети и дистрибьюторы получают примерно одинаковую цену, но при этом оптовики имеют бэк-маржу.

Кроме того, производителю важно, чтобы его товар продавался. Для этого он хочет от аптечной сети определенных гарантий того, что его товар в кластере по

МНН займет достойное место. «Но ведь речь не о маркетинговом договоре, — недоумевает директор сибирской аптечной сети «Гармония здоровья» **Денис Черных**. — Я просто хочу купить товар и получить цену дистрибьютора».

Производители вынуждены были его разочаровать — не все так просто. Во-первых, как и любой бизнесмен, руководитель завода думает о росте компании, поэтому ему проще отгрузить товар дистрибьютору и знать, что он попадет в тысячи



Рустем Муратов: «Работая с аптечной сетью напрямую, мы ищем возможность увеличения нашей доли на рынке»



По словам Германа Иноземцева, задача конференции не смотреть в прошлое и даже не анализировать настоящее, а попытаться понять тренды будущего

аптек. Во-вторых, нужна гарантия, что его товар купят и сегодня, и завтра. А как рассказал один из представителей фармрозницы, договоры с производителем не всегда долгосрочные. «Мы заключили на квартал, а потом, может быть, пойдем к другому производителю», — вставил реплику один из региональных аптечников. Это и пугает фармзаводы, у которых цикл производства может занимать до четырех месяцев.

А нам все равно

Интересно, что представители аптечных сетей живо обсуждали маржу дистрибьюторов, но мало говорили о том, как они будут организовывать логистику. Как отмечает исполнительный директор компании NC Logistics **Гарольд Власов**, крупные логистические операторы все-таки работают



По словам Ильи Михайленко, практика страхования торговых кредитов постепенно дойдет и до российского бизнеса

с большими объемами и пока не готовы развозить товар по аптекам. Тем не менее логистические операторы готовы предоставить в аренду свои площади. У NC Logistics есть примеры, когда склад арендуют и производитель, и аптечная сеть, в этом случае прямой контракт вполне возможен, но речь все-таки о единицах.

Если аптечная сеть планирует переходить на прямые контракты, то ей надо тщательно продумать логистику; может быть, потребуются дополнительные инвестиции, особенно если сеть присутствует в нескольких регионах. Остается либо создавать собственную структуру, либо идти к дистрибьютору. «Протек» оказывает как логистические, так и дистрибуторские услуги, — рассказывает первый зам. генерального директора ЦВ «Протек» **Владимир Малинников**. — И по большому счету, нам интересны оба вида услуг, их доходность примерно одинакова. При этом в случае логистики снимаются риски дебиторской задолженности».

Владимир Малинников, как и большинство участников конференции, не думает, что прямые контракты в ближайшее время станут распространенным явлением. Тем не менее это вполне логичное дополнение другого тренда — стремления фармпроизводителей дотянуться до конечного потребителя. Поэтому прямой контракт имеет право на существование и рано или поздно найдет свое место.

Этому будет способствовать дальнейшая консолидация на рынке фармацевтической розницы. Более крупные сети смогут воспользоваться финансовыми инструментами, которые помогут свести к минимуму риски задержки оплаты поставок. По словам старшего партнера страхового брокера АСТ **Ильи Михайленко**, сейчас страхованием торговых кредитов пользуются в основном западные компании, но постепенно эта практика дойдет и до российского бизнеса. «Аптечной сети достаточно собрать пакет документов, прийти к страховщику, узнать, какой лимит на нее может быть выдан, и уже после этого начинать переговоры с производителем, в этом случае позиция аптеки будет более сильной», — уверен он.

Логисты и дистрибьюторы готовы, страховщики готовы, остальным участникам товаропроводящей цепи надо только решить, нужен им прямой контракт или нет.



НОЛЬПАЗА®

таблетки 20 мг, 40 мг

пантопразол



Надежное Прикрытие Возможных Последствий

Реклама

KRKA