



ФАРМПОСТ

14.03.06. Фармакология,
клиническая фармакология

14.04.03. Организация
фармацевтического дела



Все ушли в онлайн: как аптеки выживают в условиях самоизоляции

Екатерина Куминова, «Ремедиум»

После ажиотажного спроса на лекарства в середине марта в апреле на аптечном рынке в России наблюдался резкий спад продаж. В Москве в середине апреля он составил порядка 25%, в регионах – на уровне -15%. При этом цены на лекарства выросли на 5-10%. Трансформация аптечного рынка неизбежна, считают эксперты. Как она будет происходить, они рассказали в ходе онлайн-конференций, прошедших в апреле.

«С 12 по 20 марта был аномальный рост спроса. Люди, опасаясь повышения цен, сметали все подряд, и особенно импортные препараты, – рассказал генеральный директор УК «Аптечные традиции» **Дмитрий Руцкой**, выступая 15 апреля на онлайн-саммите «Реалии аптечного бизнеса в условиях пандемии». – Я говорил о том, что на этом хайпе нельзя расслабляться и прогнозировал последующий спад продаж в 15%, но получилось больше. Сейчас я прогнозирую, что в мае мы просядем еще на 15% относительно апреля».

Эту тенденцию подтвердил и генеральный директор АС «Столички» и «Нео-Фарм» **Евгений Нифантьев**, выступая 20 апреля на вебинаре Omni Pharma «Новая реальность на фармрынке»: «17 марта произошло двукратное увеличение нагрузки на наши аптеки. Но сейчас выручка упала по сравнению с мартом у кого-то на 30, у кого-то на 40%».

Сегодня аптечные сети проходят проверку на эффективность. Участникам рынка имеет смысл переоценить свои экономические и управленческие модели, пересмотреть продуктовые матрицы, советует Дмитрий Руцкой.

«Я нещадно сократил убыточные точки, – поделился он опытом выживания. – Управленческие расходы у меня составляют менее 1,5% товарооборота. Мы изначально создали достаточно компактную команду управленцев, поэтому у меня не стояла задача сократить штат, кого-то увольнять. И нам не придется сильно повышать цены. Мы внимательно проанализировали продуктовую матрицу, оценили доходность одной упаковки и тех производителей, которые имеют достаточно низкую доходность, мы потихоньку из матрицы убираем и делаем ставку на маржинальные, доходные, ликвидные позиции».

Предвидя осложнения, вызванные пандемией, и в частности повышение цен дистрибьюторами, а также во избежание дефектуры лекарств в компании создали товарный запас по старым ценам, подчеркнул эксперт.

По данным агрегатора «Все аптеки» mail.ru group, больше всего вырос спрос на капли для носа Нафтизин (+800%), антисептик хлоргексидин (+500%), противовирусный препарат Тамифлю и жаропонижающий парацетамол (+300%).

Е-commerce в сложившихся условиях видится экспертам как основной инструмент выживания рынков.

Пока рынок туризма и развлечений падает и сокращает штаты, онлайн-торговля растет. Сетевые магазины, маркетплейсы и службы доставки открывают тысячи вакансий.

Больше всего среди e-commerce выросли в объемах продаж

онлайн-аптеки (+809%), даже продукты – на втором месте (+525%). Такие данные привела управляющий партнер Центра бизнес-технологий **Виктория Кузнецова**, выступая на вебинаре Omni Pharma. При этом она отметила, что спрос на аптечные онлайн-сервисы настолько возрос, что они не справляются с ним, время ожидания доставки заказов в аптеки увеличилось в разы.

78% опрошенных Omni Pharma участников рынка считают, что коронавирусный кризис способствует трансформации бизнес-процессов в сторону онлайн. Но несмотря на подписанный 17 марта президентом В. Путиным указ о легализации дистанционной продажи безрецептурных лекарств и на принятие 1 апреля Государственной думой соответствующего закона, покупать лекарства, не выходя из дома, по-прежнему нельзя.

Согласно президентскому указу, продавать лекарства через интернет могут аптеки, получившие у Росздравнадзора специальное разрешение. В документе сказано, что требования к аптекам для получения этого разрешения, а также правила дистанционной торговли и порядок доставки препаратов должны быть разработаны правительством РФ.

Сегодня онлайн-торговля лекарствами происходит в основном посредством бронирования и доставки в ближайшую аптеку, используемую в качестве ПВЗ (пункт выдачи заказа). Но сейчас уже никто не сомневается в том, что доставку безрецептурки разрешат. На это с большой надеждой смотрит нефармацевтический e-com, а вот представители аптечного бизнеса смотрят скептически.

«Закон принят рамочный, правительство должно определить порядок, но он еще не определен. Правила должны быть одинаковыми – и для интернета,

и не для интернета, – отметил директор по развитию НПК «Катрен» (apteka.ru) **Анатолий Тенцер**. – Если доставлять лекарства может кто угодно, значит, в аптеке за прилавком тоже может стоять кто угодно. Это, кстати, тоже повысит доступность лекарств для населения, т.к. они станут дешевле. Если в аптеке за прилавком стоит фармацевт, значит, и доставлять должен фармацевт».

В настоящее время apteka.ru доставляет заказы в партнерские аптеки, используя их в качестве пунктов выдачи и отдавая им 6–7% от стоимости заказа.

«Если кто-нибудь предложит мне доставку за аналогичные проценты, я готов это обсудить. Но курьерская доставка составит 10–15%. При той маржинальности и том среднем чеке, которые есть на этом рынке, никогда курьерская доставка существенного рынка не сделает, – полагает он. – Она будет съедать 15–20% цены заказа. Это в городах-миллионниках. А в деревню Кудькино доставка не поедет или поедет за деньги, соизмеримые со стоимостью заказа». По словам А. Тенцера, лидеры e-commerce отказываются от доставки на дом в пользу ПВЗ.

А Евгений Нифантьев против доставки лекарств в ПВЗ и постаматы, если они не могут обеспечить соблюдение холодной цепи. «Испорченную курицу или молоко видно, испорченное лекарство – нет. А от него может погибнуть пациент. Поэтому ни в коем случае нельзя допускать выдачу ЛС через ПВЗ или постаматы, – полагает он. – Если лекарства должны доставляться, то только домой или в офис».

Коммерческий директор «Магнит Фармы» **Юлия Собакина** объяснила, почему интернет-торговля лекарствами должна быть частью традиционного аптечного рынка, а не сама по себе: «Было бы правильно, если бы

потребитель, получая лекарство, знал, из какой аптеки оно к нему пришло. И что доставка – это сервис от конкретной аптеки. Иначе как быть, если при отпуске ЛС произошла ошибка? Ведь сейчас не предусмотрен обмен и возврат». Этот вопрос встанет особенно остро, если 1 июля на лекарственном рынке вступит в силу обязательная маркировка. Как тогда осуществлять обмен/возврат уже выбывших из системы лекарств? Не возникнет ли серый рынок лекарств из уже проданных/выбывших из системы ЛС?

Еще одно возможное следствие перехода лекарственного рынка в интернет – всплеск самолечения, особенно на фоне снижения доступности врачебной помощи в условиях самоизоляции. «Необходимо выстраивать цепочку: дистанционная консультация врача – получение от него электронного рецепта – покупка лекарства онлайн и доставка с соблюдением холодной цепи», – отметил директор департамента внешних связей Stada Russia **Иван Глушков**. Другой вариант – онлайн-консультация фармацевта или провизора.

Несмотря на отсутствие регуляторных механизмов, на аптечный рынок уже выходят организации, ранее не имевшие к нему отношения, в частности службы такси и сервисы по доставке еды. Эксперты фармрынка сообщают, что в аптечные сети регулярно поступают предложения по организации доставки от небольших ИП до «Яндекса», Delivery Club, «СДЭКа» и «Ситимобила». О том, можно ли допускать неквалифицированных курьеров к доставке лекарств, нет единой позиции даже внутри отрасли. Вероятно, все эти вопросы затрудняют выработку механизмов регулирования доставки ЛС, которых так ждут от правительства участники рынка.

