



LOGISTICS & DISTRIBUTION

**UJK**

GROUP OF COMPANIES

## Цепочки поставок фарм-продукции. Время «входа» для 3PL-оператора?

1. Основные тенденции развития Европейского и украинского фарм-рынков (взгляд 3PL-оператора)
2. Фарм-рынок: сегодня и завтра (взгляд 3PL-оператора)
3. Что предлагает фарм-рынку «классический» 3PL-оператор? (case study)

**Олег Каленский**  
Директор по стратегическому маркетингу и продажам  
УВК





[www.pharma.net.ua](http://www.pharma.net.ua) – Пресс-клуб: Киев, 15-04-2009

## Основные тенденции развития Европейского и украинского фарм-рынков (взгляд 3PL-оператора)

Европейский фарм-рынок	Украинский фарм-рынок
Глобализация	Консолидация (розницы)
Диверсификация (с повышением доли value-added services)	Борьба с рисками (курс), кризисами и государственным регулированием
Инновации и новые продукты	Реструктуризация продуктового портфеля (повышение доли не-ЛС)
Развитие инфо-пространства в среде «производитель-потребитель»	Установление прямых взаимоотношений между производителем и розницей
	Высокая стоимость «входа» в аптечный бизнес (кризис развития)
	Повышение роли системного маркетинга
<b>Цель:</b> влиять на фарм-производителей, своевременно отвечая на изменяющийся спрос потребителя	<b>Цель:</b> сохранение бизнеса



[www.pharma.net.ua](http://www.pharma.net.ua) – Пресс-клуб: Киев, 15-04-2009

## Фарм-рынок: сегодня и завтра (взгляд 3PL-оператора)

FMCG рынок	Фармацевтический рынок
Оборот рынка = ок. 150 млрд. грн. (2008)	Оборот рынка = ок. 12 млрд. грн. (2008)
Структура розницы: modern trade («супермаркеты»), street retail, HoReCa	Структура розницы: аптечные сети, оптовики, больницы / поликлиники
Общее кол-во точек – 75 тыс.	Общее кол-во точек – 25 тыс.
Консолидация – высокая (доля 30 крупнейших ритейлеров = ок. 20%)	Степень консолидации – низкая (доля 5 дистрибьюторов = выше 50%)
Динамика развития = ок. +15%-30%, like-to-like (2000-2007) Снижение оборота = ок. -12%-60% (4 кв. 2008)	
Дистрибуция (преим.) – прямая (производитель -> сеть, доля = ок. 60%)	Дистрибуция (преим.) – непрямая (через дистрибьюторов, доля = ок. 75%)
Снижение покупательской способности, риски (курс, пошлины), «ручное» планирование закупок, оптимизация (в т.ч. категорийный менеджмент), аутсорсинг непрофильных активностей	
Снижение капитализации розничных сетей, реструктуризация розницы, проблема кредитования, возможность приобретения конкурентных преимуществ (через M&A)	



## Фарм-рынок: сегодня и завтра (взгляд 3PL-оператора)

Фарм-логистика vs. FMCG-логистика:

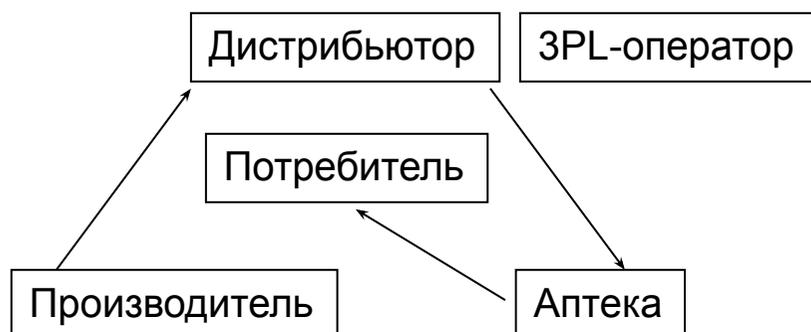
Общее	Отличия
Единая концепция УЦП (SCM)	«Right first time. Every time»
Операции во всех температурных режимах	Применение специальных режимов (газ, опасные категории)
Прямые (FTL) и непрямые (LTL) поставки	(Часто) малые отправления на точку
Отборка – плм, коробка, штуки (упаковки)	
Высокая степень ИТ-интегрированности	
Развитый cross-docking и reverse logistics	
Система KPI и инструменты для оперативной оптимизации расходов	
Необходимость обладать развитой системой распределительной логистики	
FIFO, FEFO, партионный учет	



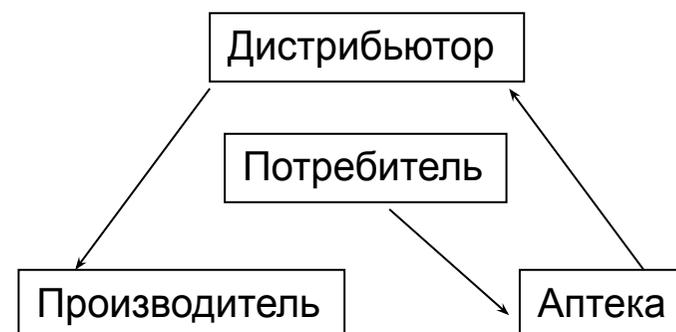
## Фарм-рынок: сегодня и завтра (взгляд 3PL-оператора)

Потоки на фарм-рынке:

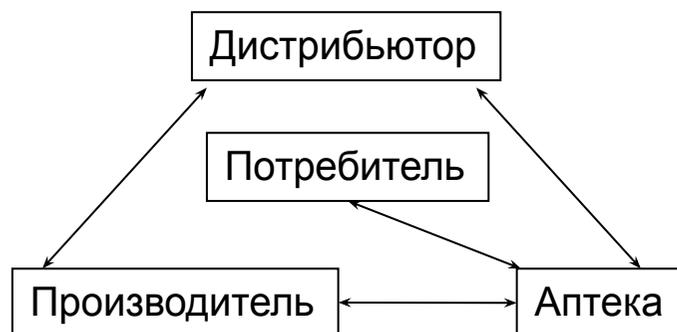
### Товары (логистика)



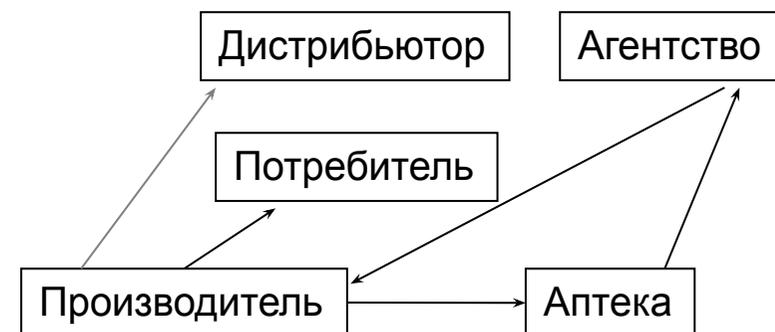
### Деньги (CF)



### Сделки (продажи)



### Маркетинг





[www.pharma.net.ua](http://www.pharma.net.ua) – Пресс-клуб: Киев, 15-04-2009

## Фарм-рынок: сегодня и завтра (взгляд 3PL-оператора)

Интересы (scopes of interest) ключевых «игроков» на фарм-рынке:

### Потребитель:

- 1) Минимальная стоимость
- 2) Лучшее качество
- 3) Наличие
- 4) Консультация

### Производитель:

- 1) *Стабильность поставок*
- 2) Стабильность оплат

### Дистрибьютор:

- 1) Максимальная торговая наценка
- 2) *Минимальные издержки*
- 3) Мерчендайзинг
- 4) *Своевременность поставок*

### Аптека:

- 1) Отсрочка платежа
- 2) *Ассортимент*
- 3) Лояльность потребителя



## Фарм-рынок: сегодня и завтра (взгляд 3PL-оператора)

### Риски дистрибьюторов:

- |                             |                              |
|-----------------------------|------------------------------|
| 1) Собственные расходы      | 2) Товарные кредиты          |
| 3) Региональная дистрибуция | 4) «Входные» цены            |
| 5) Инновации                | 6) «Эксклюзивность»          |
| 7) Качество товара          | 8) Дебиторская задолженность |
| 9) Мерчендайзинг            | 10) Валютные курсы           |
| 11) Таможенные пошлины      | 12) Логистика                |

### Задачи дистрибьюторов:

#### *Внутренние*

#### *Внешние*

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| 1) Оптимизация каналов сбыта     | 1) Эффективное управление CF                  |
| 2) Пересмотр планов развития     | 2) Контроль цен и рынка                       |
| 3) Корректировка стратегии       | 3) Усиление конкурентных преимуществ          |
| 4) Решение вопросов кредитования | 4) Контроль первичной и вторичной дистрибуции |
| 5) Управление рисками            | 5) Инновационный маркетинг                    |
|                                  | 6) Развитие / дополнительный доход            |



[www.pharma.net.ua](http://www.pharma.net.ua) – Пресс-клуб: Киев, 15-04-2009

## Фарм-рынок: сегодня и завтра (взгляд 3PL-оператора)

*«Во время кризиса тот, кто не меняется, – вымирает»* (Ицхак Адизес, публичная лекция, 31 марта 2009 г., Киев)

Анализ и принятие решений в отношении изменений – «от Клиента»:

потребитель -> агентство

потребитель -> аптека

агентство -> производитель

производитель -> дистрибьютор

Изменение потребностей (**потребитель**)

->

Изменение структуры активностей, адаптируясь и усиливая конкурентные преимущества (**производитель, дистрибьютор, аптека**)

->

Изменение формата и сути взаимоотношений (**производитель, дистрибьютор, аптека, ?**)

->

Удовлетворение потребностей своевременно (**производитель, потребитель**)





[www.pharma.net.ua](http://www.pharma.net.ua) – Пресс-клуб: Киев, 15-04-2009

## Фарм-рынок: сегодня и завтра (взгляд 3PL-оператора)

Открытых вопросов – слишком много...

- 1) Будет ли возможным прогнозировать экономику на макро-уровне?
- 2) Какой будет степень гос. регулирования?
- 3) Как быстро Украина будет интегрироваться в мировое бизнес-сообщество?
- 4) ...
- 5) Каким образом будет трансформироваться дистрибуция? (вертикальная интеграция vs. дезинтеграция; консолидация смежных товарных категорий vs. специализация – продуктовая, региональная, функциональная, нишевая)
- 6) Как быстро новые силы «войдут» в рынок (торговые компании, 3PL-операторы, консультанты)?



[www.pharma.net.ua](http://www.pharma.net.ua) – Пресс-клуб: Киев, 15-04-2009

## Что предлагает фарм-рынку «классический» 3PL-оператор? (case study)

Производителю	Дистрибьютору	Аптечной сети
Профессиональное управление запасами		
Создание (поддержание) единого информационного пространства		
Индивидуализация логистических сервисов		
Участие в разделении рисков		
Платформа для экспансии	Консолидация товарных потоков	
Гарантированная представленность в рознице	Скидки от производителей за счет поставок на РЦ	Централизованный контроль качества
Развитая региональная сеть складов		
Снижение логистических расходов	Отлаженные каналы по доставке в FMCG-розницу	Увеличение оборачиваемости
		Снижение запасов в точках
Фокус на основном бизнесе		





[www.pharma.net.ua](http://www.pharma.net.ua) – Пресс-клуб: Киев, 15-04-2009

## Что предлагает фарм-рынку «классический» 3PL-оператор? (case study)

### Операционные «вводные»:

- 1) 1 конт. НС (30 плм), 1 плм = 60 ящиков, 1 ящик = 40 упаковок, цена закупки (1 упак.) = \$2, gross margin = 50%)
- 2) «Вход» = 50% моно-паллеты (15 плм), 50% ящики навалом (900 ящиков)
- 3) ОХ и обработка = оборачиваемость 1:1, 50% поштучную комплектацию + стикерование (укр. язык), 50% по-ящичную комплектацию
- 4) «Выход» = система «склад-дверь», 50% моно-паллеты, 50% ящики

### Предварительная калькуляция:

- 1) ...
  - 2) Разгрузка и приемка = 15 грн. / 1 плм (моно), 1,5 грн. / ящик
  - 3) ОХ и обработка:
    - 1) хранение = 2 грн. / 1 плм / сутки
    - 2) поштучный пикинг = 0,25 грн. / 1 упаковка; по-ящичный пикинг = 1,5 грн. / 1 ящик
    - 3) стикерование = 0,15 грн. / стикер
- Погрузка = 15 грн. / 1 плм (скомплектованная)
  - Адресная доставка = 300 грн. / 1 плм, 40 грн. / 1 ящик (средняя по Украине)
  - + дополнительные сервисы (возвраты, документооборот, страхование, FEFO, кредитование и т.п.)

**Итого (invoice idea) = 56,000 грн., или**  
**= 4,04% на логистику** внутри Украины от «цены на полке»

