

В диссертационный совет 24.2.386.04 при
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский
Государственный экономический
университет» 191023, г. Санкт-Петербург,
наб. канала Грибоедова, д. 30-32, Литер А

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Кононова А.Н. на тему: «Трансформация оптового звена логистической товаропроводящей цепи фармацевтического рынка», представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (транспорт и логистика)

Теория и практика логистики с 2010-х гг. включена в процесс возрастающей организационной сложности цепей поставок, связанной с развитием Интернет-торговли, что существенно расширило понятие «многоканальная модель продаж» и характерные для нее товарные поставки в стационарном и дополнительном цифровом каналах сбыта.

Несмотря на многолетнюю практику развития лекарственной дистрибуции и цепей поставок на отечественном фармацевтическом рынке, развитие онлайн-продаж приводит к перераспределению рынка, факт которого нашел отражение в исследовании Кононова А.Н. Важно отметить, что именно учет развития онлайн-канала является индикатором сложного пересечения вопросов товарно-сбытовой кооперации и производного от нее многоканального распределения поставок. Научно-практический анализ автором сопряжения этих факторов на фармацевтическом рынке обусловлен, в частности, завышенными ожиданиями аптечного звена по маркетинговым контрактам, процентом бэк-маржи и фронтальной маржи, которые сети требуют от производителей, что ускорило переход фактически более половины медицинских изделий на маркетплейсы с перспективой роста доли этой продукции до 60–70% к 2030 г.

Тиражирование модели «маркетплейс – витрина для заказа, аптека – точка выдачи», торговых преимуществ площадки (поисковые механизмы, рекламная активность) и логистическое приближение кластеров к аптекам обеспечили максимально короткое время доставки до аптеки либо резервирование запаса в определенных точках. Оптимизация логистики в условиях, когда скорость выдачи при покупке лекарств становится критичным параметром, будет обеспечивать маркетплейсам, которые организуют доставку лекарств максимум за 15 минут (в перспективе круглосуточно) выигрыш в конкуренции, как со стационарными аптеками, так и у интернет-аптек.

В диссертации автор справедливо заключает, что построение и развитие фармлогистики распределения маркетплейсов по лекалам «Аптека.ру», которая

изначально приближала кластеры к аптекам, вероятно, будет иметь свои пределы, поскольку развитие логистических схем доставки и продаж лекарственных препаратов имеет регуляторные ограничения (например, лицензирование пунктов выдачи заказов – ПВЗ), для преодоления которых Ozon (около 30 тыс. ПВЗ) или WB – около 40 тыс. ПВЗ) не готовы масштабно инвестировать в сертификацию ПВЗ.

Тем не менее, в 2020-2023 гг. объем продаж БАД в России на маркетплейсах вырос в 15 раз с 2 до 30 млрд. руб. В Японии доля продаж БАД через онлайн достигает 90%, в США – 70% против более 30% в России.

Фактор многоканальности и перехода в Интернет нелекарственного ассортимента, который подрывает экономику продаж аптечного ритейла, уровень покрытия которого уже превышает потребность в аптечных учреждениях на единицу населения будет приводить к снижению доходности продаж и конкурентоспособности аптечных сетей, количество точек которого, резюмирует в автореферате автор, будет сокращаться. Данный фактор является одним из многих условий трансформации оптового звена и товаропроводящей цепи фармацевтического рынка, развивающиеся причинно-следственные связи которых систематизированы и представлены автором на схемах рис. 2 и 3 автореферата.

Многофакторность взаимодействия звеньев, динамика условий товарно-сбытовой кооперации, санкции как триггер изменения моделей кооперации на фармацевтическом рынке и переопределения условий контрактации между закрытым протекционистскими мерами внутренним фармпроизводством и оптово-розничной торговлей образует аналитический стык множества переменных. Их обстоятельный и последовательный научный и прикладной анализ в диссертационной работе подчеркивает сложность авторской постановки и предметного охвата проблем, к которым обращается Кононов А.Н.

В качестве замечания автору необходимо расширить анализ многоканальной трансформации товаропроводящей сети рынка и более рельефно отобразить фактор ePharma на схеме рис. 3 автореферата. Онлайн-торговля через маркетплейсы имеет более сложную финансовую модель, в которой юнит-экономика и правильный расчет костэфективности требуют грамотного подбора продукта под сегмент, канал и даже под конкретную электронную площадку. Это накладывает определенные ограничения на поставщика (фармкомпания), на складе которого необходимо выделить отдельную зону под продукцию, оптимально подобрать упаковку для конкретного продукта, торговой площадки и используемой схемы доставки и др.

Создание необходимой логистической инфраструктуры для реализации проекта электронных рецептов также составляет отдельную проблему, решение которой на практике потребует не одного года.

В целом научная ценность выводов и обобщений автора, предложенных им объяснительных схем текущей и будущей трансформации оптового звена в товаропроводящей цепи фармацевтического рынка позволяет заключить, что

диссертация Кононова Андрея Николаевича на тему: «Трансформация оптового звена логистической товаропроводящей цепи фармацевтического рынка» соответствует требованиям положения о присуждении ученых степеней, предъявляемых к кандидатским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ему ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (транспорт и логистика).

Доцент кафедры маркетинга
и логистики ФГБОУ ВО
«Санкт-Петербургский государственный
университет промышленных технологий
и дизайна», кандидат экономических наук
по специальности 5.2.3 – Региональная
и отраслевая экономика
(транспорт и логистика)



Ившин Станислав Юрьевич

28 апреля 2025 г.

Подпись _____ заверяю

Начальник УК ВШТЭ  Т.Р. Шишигин

«28» апреля 2025



Контактная информация:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»

Адрес: 191186, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, д.18

Телефон: +7(812)785-27-25

Адрес электронной почты: s.ivshin@internet.ru