

ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ 2023



Вступительное слово



*Сергей Шуляк
Генеральный директор DSM GROUP*

Вы знаете, что такое арифмомания? Это вид obsessions, представляющей собой навязчивую иррациональную потребность подсчитывать предметы.

**МЫ СЧИТАЕМ ПРОДАЖИ
ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ
НА ПРОТЯЖЕНИИ 25 ЛЕТ!**

Информацию, снабженную числами, люди принимают как данность. Скорость и точность получаемой информации является важнейшим фактором в принятии управленческих решений.

Аналитика DSM Group востребована профессиональным сообществом. И мы это ценим!

**25 лет мы с вами во благо развития
Фармацевтического рынка России!**

Содержание

Резюме	3
1. Объем фармацевтического рынка России	6
2. Коммерческий сегмент ЛП	13
3. Льготное лекарственное обеспечение	36
4. Объем закупок лекарств ЛПУ	55
5. Биологически активные добавки	74
6. Косметика (аптечные продажи)	88
7. Аптечные сети	100
8. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка	110
9. Производство лекарственных средств	117

DSM Group

Генеральный директор
Сергей Шуляк

**Директор отдела
стратегических исследований**
Юлия Нечаева

Аналитик
Ирина Шаралова

Аналитический отчет
Фармацевтический рынок РОССИИ
Итоги 2023 г.

Адрес:
125124, Москва, улица Правды, д. 8, корп. 7

Телефон:
+7 499 130-50-63

www.dsm.ru
www.dsmgifts.ru

Резюме

В мае 2023 года Всемирная организация здравоохранения отменила статус пандемии для Covid-19. По данным ВОЗ, всего в мире зарегистрировано более 765 млн случаев заражения Covid. В России с начала распространения коронавируса было выявлено почти 23 млн случаев. Жертвами заболевания стали почти 400 тыс. человек.

Почти 4 года мы жили в условиях дополнительной нагрузки на здравоохранение, связанных с лечением, контролем, борьбой с последствиями этого заболевания. И показатели 2023 года во многом определялись еще последствиями этого влияния.

С другой стороны, на развитие российского фармрынка сказываются геополитические события 2022 года, что делает выбранный курс на импортозамещение еще более важным. Санкционные меры заставили отечественный фармпром активнее заниматься созданием препаратов, которые могут заместить на рынке иностранные лекарства. В результате в 2023 году новостей по запуску и инвестированию в строительство новых фармацевтических производств было рекордное количество, причем большая их часть была связана с выпуском фармацевтических субстанций.

Отметим, что в целом доступность лекарственных средств для населения не была ограниченной. В текущий момент только три компании полностью ушли с российского рынка, но при этом права на реализацию препаратов были переданы работающим производителям.

Принимаемые правительством решения способствуют поддержке отечественных

компаний и росту их доли на рынке. В июне 2023 года была утверждена стратегия развития фармацевтической промышленности до 2030 года «Фарма 2030» с целью последовательного импортозамещения и фокусом на развитие производства фармсубстанций на территории РФ.

В конце 2023 года получил развитие проект «Продукты на полку». Речь идет о создании аналогов патентованных препаратов, правообладателями которых являются компании из недружественных стран. В дальнейшем это должно позволить быстро ввести препараты в гражданский оборот после истечения срока действия соответствующего патента или прекращения поставок иностранными компаниями — правообладателями патентов.

В настоящий момент для решения вопроса доступности оригинальных препаратов работает механизм выдачи принудительной лицензии. В 2023 году ее получили «Герофарм» и «Промомед»: она распространилась на препарат семаглутид (оригинальный — «Оземпик»). Это вторая принудительная лицензия, выданная в России.

Объем фармацевтического рынка России в 2023 году составил 2 578 млрд руб., что всего на 0,3% больше, чем в 2022 году. Второй год подряд государственные закупки растут медленнее коммерческого рынка, который остается драйвером общего роста. Нагрузка на лечебно-профилактические учреждения в период активного распространения коронавирусной инфекции была довольно существенной, а снижение заболеваемости привело к изменению структуры закупок и отрицательной динамике объемов закупок лекарственных препаратов.

В долларах и евро в 2023 году рынок заметно сократился из-за ослабления рубля. В долларовом выражении объём составил 30,8 млрд долл., что на 18% ниже, чем за год до этого. В евро динамика рынка составила -21%, и общий объём – 28,6 млрд евро.

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2023 года составила 54,9% в рублях и 31,4% в упаковках. Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2023 году составила 44,3%. Лидирующую позицию по итогам 2023 года остались занимать иностранные компании Bayer, Novartis и Sanofi. Но в рейтинге пять российских компаний, тогда как в прошлом году было шесть.

Государственный сектор занимает 36% объёма рынка лекарств. В 2021-2023 годах этот показатель снизился на 6 процентных пунктов. Сильнее всего в 2023 году упали закупки больниц – на 21%. Снижение уровня заболеваемости коронавирусной инфекцией привело к уменьшению тендеров на препараты, рекомендованные для лечения Covid-19. За год их объём сократился на 86%. Высокими темпами продолжает расти финансирование Фонда поддержки детей «Круг добра»: в 2023 году было закуплено лекарств на 47 млрд руб. Закупки лекарственных препаратов по программам для льготников (ЛЛО и РЛО) продолжают расти.

Показатели прироста в коммерческом сегменте ЛП в 2023 году определялись факторами, которые влияли на рынок в 2022 году. Весь 2023 год можно было наблюдать снижение спроса на противовирусные средства и антикоагулянты. Однако структурное распределение и сезонности вернулись к доковидному уровню. По результатам 2023 года ёмкость коммерческого рынка лекарствен-

ных препаратов составила порядка 4,5 млрд упаковок или 1 432 млрд рублей.

Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента увеличились на 5,8% и составили 346 млрд руб. Положительную динамику имели такие группы как репеллентные средства, БАД, ИМН, «перевязка». А косметика, предметы ухода за больными, средства барьерной контрацепции и диагностические приборы показали отрицательный тренд из-за высокой конкуренции с другими каналами продаж.

По данным на начало 2024 года в России работало 78,9 тыс. аптек, почти на 6 тыс. больше, чем было в начале 2023 года. Год прошел под знаком ужесточения конкуренции. Отметим, что основная борьба разворачивается среди федеральных сетей.

В 2023 году уже 2 сети имеют в своем составе более 5 тыс. точек. «Апрель» активно развивается второй год подряд и достиг 7 434 аптек; сеть является лидером как по составу, так и по приросту точек. Также «Имплозия», которая сейчас представлена на рынке в основном под вывесками «АптекиПлюс», увеличилась на 1,5 тыс. точек и достигла 5,8 тыс. аптек. Правда, наличие такого количества точек не делает сети лидерами по обороту.

Лидером аптечного рейтинга остается сеть «Ригла» с долей 8,6%. Среди маркетинговых ассоциаций преимущество остается за «АСНА», в состав которой входит уже 17 тыс. участников с оборотом 18% от всего аптечного рынка.

Объём аптечного eCom в 2023 году составил порядка 225,6 млрд руб. (совокупно ЛП и парафармацевтика), что соответствует 12,7%

от емкости аптечного рынка. Динамика продаж в этом канале начала замедляться и уже сравнима с общей динамикой рынка – 16%. Сервис Apteka.ru остается лидером среди ресурсов, которые использует потребитель для бронирования аптечного ассортимента, но доля его снижается с 38% в 2022 году до 32% в 2023 году из-за развития большого количества других сервисов.

На фоне банкротств за последние годы уже трех дистрибуторских компаний остальные игроки активно занимали освободившуюся часть рынка. По итогам 2023 года совокупная доля 10 крупнейших дистрибуторов на фармацевтическом рынке была на уровне 77,5%, что на 5% больше, чем в 2022 году. Тройка лидеров не поменялась. В 2023 году первое место сохранил дистрибутор «Пульс»,

заявив 15,4%. На втором месте остался дистрибутор «Протек» – доля 15,3%, на третьем – «Катрен» с долей 14,4%. Если рейтинг в коммерческом сегменте совпадает с рейтингом на рынке в целом, то в госсегменте лидируют другие компании: «Ирвин 2», «Р-Фарм», «БСС».

В 2024 году основным фактором роста рынка останется инфляционная составляющая. Увеличение цен будет продолжаться за счет роста стоимости компонентов, кредитных средств, расходов на продвижения у отечественных компаний. Основные программы государственного сегмента также получили финансирование, которое индексируется на инфляцию. В целом объем фармацевтического рынка может достичь 2,8 трлн рублей (+8%). В упаковках прогнозируется положительная динамика – порядка 3-4%.

1. Объём фармацевтического рынка России

Основная задача на фармацевтическом рынке – это своевременное и полное обеспечение населения необходимыми лекарственными средствами. Поэтому все события, которые влияют на структуру и интенсивность потребления лекарств, анализируются и учитываются с дополнительным вниманием. Таким явлением для России и всего мира стала пандемия коронавирусной инфекции, которая началась еще в 2020 году (11 марта). Почти 4 года все страны жили в условиях дополнительной нагрузки на здравоохранение, связанных с лечением, контролем, борьбой с последствиями этого заболевания. И только в мае 2023 года Всемирная организация здравоохранения отменила статус пандемии для Covid-19. Пандемия продлилась 1 150 дней.

По данным ВОЗ, всего в мире зарегистрировано более 765 млн случаев заражения Covid. В России с начала распространения коронавируса было выявлено почти 23 млн случаев. Жертвами заболевания стали почти 400 тыс. человек.

Это в том числе является одним из факторов снижения количества жителей в стране. По предварительным оценкам Росстата, численность постоянного населения России на 1 января 2024 года составила 146,206 млн человек. За год показатель снизился на 243,8 тыс. (-0,17%). Данные не учитывают статистику по населению новых регионов – ДНР, ЛНР, Херсонской и Запорожской областей.

Да и в дальнейшем позитива по росту данного показателя не наблюдается: согласно базовому сценарию статистической службы, к 1 января 2046 года численность населения России составит 138,8 млн человек. Согласно пессимистичному варианту, к 2046 году население страны сократится на 15,4 млн и составит 130,6 млн человек. И только оптимистический вариант прогноза предполагает рост численности населения России на 4,59 млн человек, до 150,87 млн.

Росту населения и улучшению качества жизни должны способствовать программы, принимаемые правительством России. В данном случае речь идет о госпрограмме «Развитие здравоохранения» и национальной стратегии «Фарма-2030».

В июне 2023 года была утверждена стратегия развития фармацевтической промышленности до 2030 года (Распоряжение Правительства РФ от 07.06.2023 г. № 1495-р), приоритетом которой является обеспечение лекарственной независимости и национальной безопасности за счет решения следующих задач: разработка и производство новых лекарственных препаратов, увеличение количества предприятий, внедряющих передовые технологии и инновации, повышение конкурентоспособности российских производителей на внешнем и внутреннем рынках.

Этот программный документ Минпромторг разрабатывал последние пять лет. Основ-

ными его индикаторами можно назвать следующие показатели:

- к 2030 году доля лекарств отечественного производства в общем объеме потребления должна вырасти с 61,8 до 66,6%;
- объем экспорта лекарств в денежном выражении увеличится с \$1,28 млрд до \$3,4 млрд;
- доля российских препаратов, входящих в перечень стратегически значимых лекарственных средств, производство которых ведется по полному циклу (включая производство фарм субстанций), составит 80%;
- в 2024 году обновилась госпрограмма «Развитие здравоохранения» – документ определяет виды и объемы расходов федерального бюджета на модернизацию региональных систем здравоохранения. Так, расширился список пациентов в льготном обеспечении федерального проекта «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями»; изменены критерии выделения субсидий из фонда «Круг добра» – теперь основными показателями для предоставления гранта станет количество случаев медицинской помощи (в том числе и за пределами России) орфанным пациентам, а также количество приобретенных упаковок лекарств, медицинских изделий и ТСР.

Совокупно в 2024 году из федерального бюджета на госпрограмму «Развитие здравоохранения» будет потрачено 1,33 трлн руб. – на 10% больше по сравнению с 2023 годом.

Отдельно отметим новые инициативы правительства для поддержки фармацевтической отрасли (в первую очередь, производителей), чтобы не допустить возможной

дефектуры лекарственных препаратов из-за введения экономических санкций.

В конце 2023 года получил развитие проект «Продукты на полку». Речь идет о создании аналогов патентованных препаратов, правообладателями которых являются компании из недружественных стран. На текущий момент создан перечень из 25 МНН, на разработку которых можно получить субсидии. Размер господдержки составит 50-100 млн руб.

Важным событием для рынка также стала выдача второй принудительной лицензии, которая позволяет выпускать препараты без согласия патентообладателей. В 2023 году оно распространилось на препарат семаглутид (оригинальный – «Оземпик»), аналоги которого будут выпускать «Герофарм» и «Промомед». Напомним, что аналогичное решение правительство принимало уже в 2021 году по препарату ремдесивиру.

Все инициативы по импортозамещению довольно важны сейчас для отрасли, так как доступность высокотехнологических препаратов российским пациентам в ближайшие годы может снизиться. Об этом свидетельствуют данные по структуре клинических исследований, которые начали проводиться в стране в 2023 году. Несмотря на то, что количество запущенных исследований сохранилось на уровне 2022 года (761 против 739), заметно снизилось количество стран, которые подают заявки на проведение клинических исследований: например, в 2015 году было 44 страны, в 2023 году – только 24 (по данным компании Sciencefiles). Причем 78% заявок приходится на российские компании, тогда как еще в 2021 году этот показатель был

на уровне 46%. Из числа спонсоров полностью ушли США и ряд европейских стран.

На первый план в 2023 году вышли исследования на биоэквивалентность, которые позволяют определить, насколько новый препарат соответствует оригинальному запатентованному средству: 68% занимают исследования российских генериков, 10% — отечественных оригинальных молекул, 20% — зарубежных генериков и 2% — зарубежных оригинальных препаратов.

В 2023 году получил дополнительное развитие проект маркировки — она стала обязательной для биологически активных добавок к пище, кожных антисептиков и средств для гигиены рук с антимикробным действием, ортопедической обуви и стелек, слуховых аппаратов, кресел-колясок и санитарно-гигиенических изделий, используемых при недержании. Кроме этого, с середины октября в России начался эксперимент по маркировке контрольно-идентификационными знаками технических средств реабилитации. В дальнейшем планируется расширение на зубные пасты, а также медицинские перчатки.

Помимо этого, добавилась необходимость регистрировать рецепты в системе мар-

кировки. Процедура распространилась на препараты ПКУ, льготные рецепты, а также рецепты на ЛС, приобретаемые дистанционно.

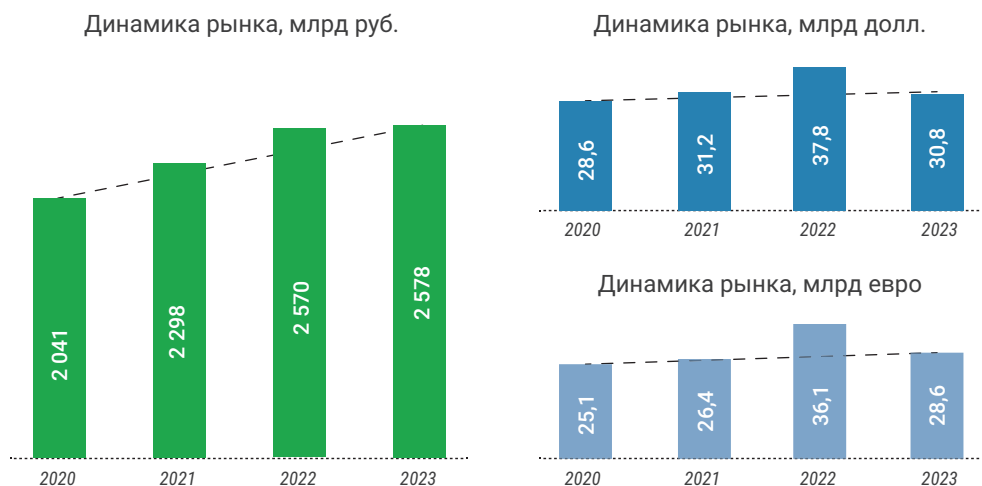
Несмотря на то, что пандемия Covid-19 закончилась, результаты, которые показал фармрынок в 2023 году, во многом определялись еще последствиями ее влияния.

По итогам 2023 года объем рынка составил 2 578 млрд руб. Это всего на 0,3% больше, чем в 2022 году. Второй год подряд государственные закупки растут медленнее коммерческого рынка, который остается драйвером общего роста. Нагрузка на лечебно-профилактические учреждения в период активного распространения коронавирусной инфекции была довольно существенной, а снижение заболеваемости привело к изменению структуры закупок и отрицательной динамике объемов закупаемых лекарственных препаратов.

В долларах и евро в 2022 году рынок показал высокую положительную динамику. А вот 2023 год стал, наоборот, по данному показателю провальным. Действительно, более сильные флуктуации курсов валют были в 2022 году, но в среднем курс стал заметно ниже, чем в 2023 году. Так, курс долла-

Рисунок 1

Динамика фармрынка



ра в 2022 году в среднем составил 68 рублей, а в прошлом году – 84 рубля; курс евро изменился сильнее – на 27% с 71 до 90 рублей. На этом фоне объём рынка в долларовом выражении опустился ниже уровня 2021 года, а в евро чуть превысил этот показатель. В 2023 году объём в долларах составил 30,8 млрд долл., что на 18% ниже, чем за год до этого. В евро динамика рынка составила -21%, и общий объём – 28,6 млрд евро.

В упаковках потребление лекарственных препаратов осталось в отрицательной зоне. Сокращение было и по коммерческому сегменту (-2%). В государственных закупках за счёт снижения обеспечения лечебно-профилактических учреждений прослеживается заметный отрицательный прирост – около 25%. В целом в 2023 году объём потребления лекарств в натуральном выражении упал на 2,6%, и составил 5,1 млрд упаковок.

На рисунке 2 представлена динамика объёма фармацевтического рынка России в 2022-2023 годах в разрезе сегментов.

Государственный сектор – объём рынка, обеспеченный государственными деньгами – госпитальные закупки, льготное лекарственное обеспечение (включая программы ВЗН, ОНЛС) и региональная льго-

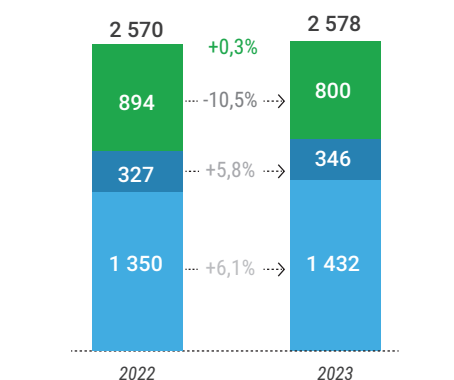
та – занимает 36% объёма рынка лекарств. В 2023 году этот показатель снизился на 4 процентных пункта из-за разнонаправленной динамики с аптечным сегментом.

Сильнее всего в 2023 году упали закупки больниц – на 21%. Снижение уровня заболеваемости коронавирусной инфекцией привело к уменьшению тендеров на препараты, рекомендованные для лечения Covid-19. За год их объём сократился на 86%. Высокими темпами продолжает расти финансирование Фонда поддержки детей «Круг добра»: в 2023 году было закуплено лекарств на 47 млрд руб.

Закупки лекарственных препаратов по программам для региональных льготников (РЛО) продолжают расти: в 2023 году на 10%. Драйвером роста остаются орфанные препараты, на них пришлось 71 млрд руб. из общего объёма в 201 млрд руб. Объём федеральной льготы был выше на 12%, чем годом ранее, и достиг показателя в 135 млрд руб.

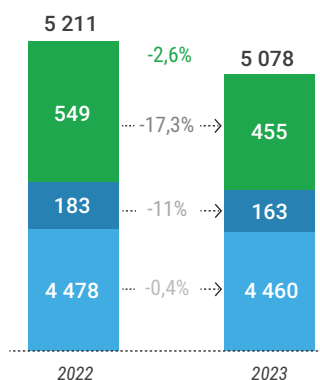
Показатели прироста в коммерческом сегменте ЛП в 2023 году определялись факторами, которые влияли на рынок в 2022 году. Весь 2023 год можно было наблюдать снижение спроса на противовирусные сред-

Ёмкость фармрынка млрд руб. в ценах конечного потребления



- Государственный сектор ЛП (Госпитальные закупки + ВЗН + ОНЛС + РЛО)
- Коммерческий сектор ПФ
- Коммерческий сектор ЛП

Ёмкость фармрынка млн упак.



- Госпитальные закупки
- ВЗН + ОНЛС + РЛО
- Коммерческий сегмент ЛП

Рисунок 2

Ёмкость фармацевтического рынка

ства и антикоагулянты. Однако структурное распределение и сезонности вернулись к доковидному уровню. А дополнительный прирост продаж в конце года уже обеспечивал традиционный подъем заболеваемости ОРВИ и гриппом в осенне-зимний период.

По результатам 2023 года ёмкость коммерческого рынка лекарственных препаратов составила порядка 4,5 млрд упаковок или 1 432 млрд рублей. При сравнении с 2022 годом объём продаж лекарств в упаковках практически не изменился (-0,4%). В стоимостном выражении реализация выросла на 6,1% относительно прошлого года.

Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента увеличились на 5,8% и составили 346 млрд руб. Положительную динамику имели такие группы как репеллентные средства, БАД, ИМН, «перевязка». А косметика, предметы ухода за больными, средства барьерной контрацепции и диагностические приборы показали отрицательный тренд из-за высокой конкуренции с другими каналами продаж. В упаковках выросли только БАД и репеллентные средства.

Рынок в цифрах

Доля лекарств импортного производства

в целом на рынке по итогам 2023 года составила 54,9% в рублях и 31,4% в упаковках. Рост рынка в натуральном выражении был отрицательный и у препаратов, произведённых на территории России (-1,7%), и у препаратов иностранного производства (-4,3%). В рублёвом выражении локализованные препараты сократились на 0,6%, тогда как импортные средства на 0,4%.

Структура рынка лекарств по типу отпуска изменилась в пользу безрецептурных препаратов. Около 70% в денежном эквиваленте приходится на Rx-препараты. Но за счёт более низкой цены ОТС-препараты преобладают в упаковках, и их доля составляет 54%.

Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) – перечень лекарственных препаратов, утверждаемый Правительством РФ в целях государственного регулирования цен на лекарственные средства. Перечень входящих в него препаратов ежегодно пересматривается. Поэтому его доля может меняться из-за разных факторов. В 2023 году доля препаратов ЖНВЛП на рынке снизилась с 57% до 54% в стоимостном выражении. В упаковках доля ЖНВЛП составляет 52% (-1,5% к 2022 году).

Рисунок 3

Структура рынка в различных разрезах, 2023 год

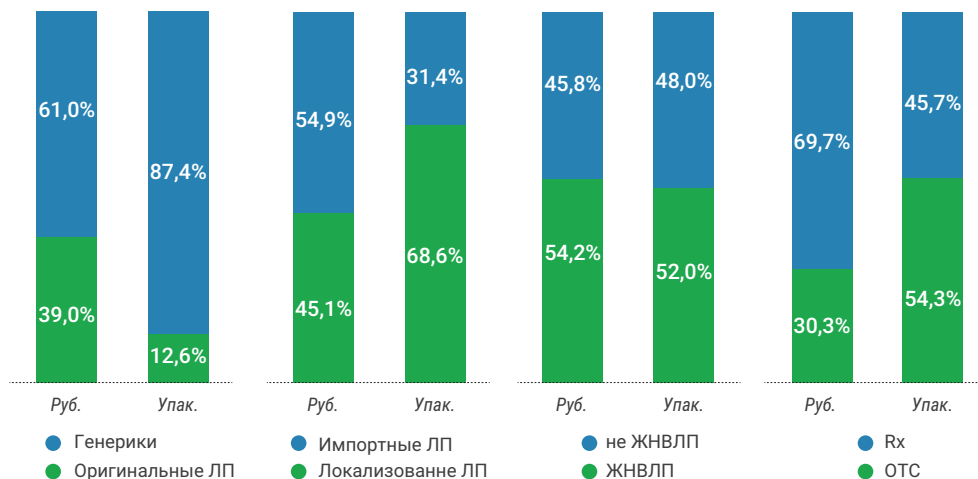


Таблица 1

Структура продаж
ЛП по АТС-группам,
2023 год

АТС-группы I-го уровня	Доля группы в стоимостном объёме	Доля группы в натуральном объёме
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	16,04%	16,55%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	16,03%	1,85%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	10,13%	14,52%
J: Противомикробные препараты для системного использования	9,79%	8,35%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	9,25%	14,91%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	8,87%	14,07%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	7,55%	4,49%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	7,38%	7,81%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	5,13%	2,42%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	3,71%	7,97%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	2,09%	2,79%
Без АТС	1,84%	2,15%
V: Прочие препараты	1,29%	0,97%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,74%	0,78%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,15%	0,39%

За 2023 год доля оригинальных препаратов составила 39% в стоимостном выражении и 12,6% в натуральном. Относительно 2022 года доля незначительно снизилась за счет увеличения веса генериков в аптечных продажах.

Впервые за длительное время рейтинг АТС возглавила группа [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ», её доля составляет 16,04%. Основным каналом, через который реализуются лекарства данной группы, является аптечный сегмент – 74% в рублях приходится на приобретение лекарственных препаратов за счёт средств населения. В 2023 году отмечен заметный прирост препаратов группы [А] в госпитальных закупках (в том числе средств для лечения сахарного диабета).

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» опустилась в 2023 году на вторую строчку, заняв долю 16,03%. Такая динамика обусловлена уменьшением закупок иммунодепрессантов и иммуномодуляторов. Финансирование закупки противоопухолевых препаратов остается на запланированном уровне. Основным каналом, за счёт которого финансируется отпущено препаратов группы [L], являются го-

сударственные закупки – 90%. И эта доля стабильна уже на протяжении последних трех лет.

Третью строчку в 2023 году заняли препараты группы [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы». Основной прирост пришелся на гос-сегмент – его значимость выросла до 8%. С развитием профильной федеральной программы прогнозируется и дальнейшее увеличение финансирования закупки препаратов группы [С].

Падением отметились только три группы, которые так или иначе были востребованы в период Covid-19:

- группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» за счет снижения иммуномодуляторов;
- группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» сместилась на 4 место за счет снижения закупок антибиотиков;
- группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» сместилась на 7 место за счет снижения закупок антикоагулянтов.

2. Коммерческий сегмент ЛП

Одним из главных вопросов, на которые нам пришлось отвечать в начале 2023 года, это объяснения по поводу прогноза роста рынка. Наша компания давала оценку динамики коммерческого сегмента ЛП в 2023 году относительно 2022 года в «+6%». Действительно, на тот момент данная цифра выглядела несколько оптимистично, особенно на фоне итогов 1 квартала 2023 года. Напомним, что за январь-март 2023 года к аналогичному периоду 2022 года прирост был -19% в рублях и -21% в упаковках.

Однако итоги года показали, что прогноз реализовался с высокой точностью. Основным фактором роста закладывалась инфляция на лекарства. Положительный вклад в прогнозируемый рост рынка внесло увеличение доли отечественных производителей из-за снижения промо-активности иностранных

компаний (за счет вывода на рынок препаратов с более высокой средневзвешенной стоимостью упаковки).

А вот снижение потребления препаратов, в той или иной степени связанных с лечением Covid-19, давало отрицательный вклад в рост рынка как в рублях, так и в упаковках. Весь 2023 год можно было наблюдать снижение спроса на противовирусные средства, однако под конец года тенденция стала меняться вместе с сезонным подъёмом заболеваемости.

Так, по информации из Еженедельного бюллетеня по гриппу, который составляет НИИ гриппа им. Смородинцева, в последнюю неделю ноября (48 нед.) уровень заболеваемости населения ОРВИ и гриппом в целом по РФ повысился относительно предыдущей

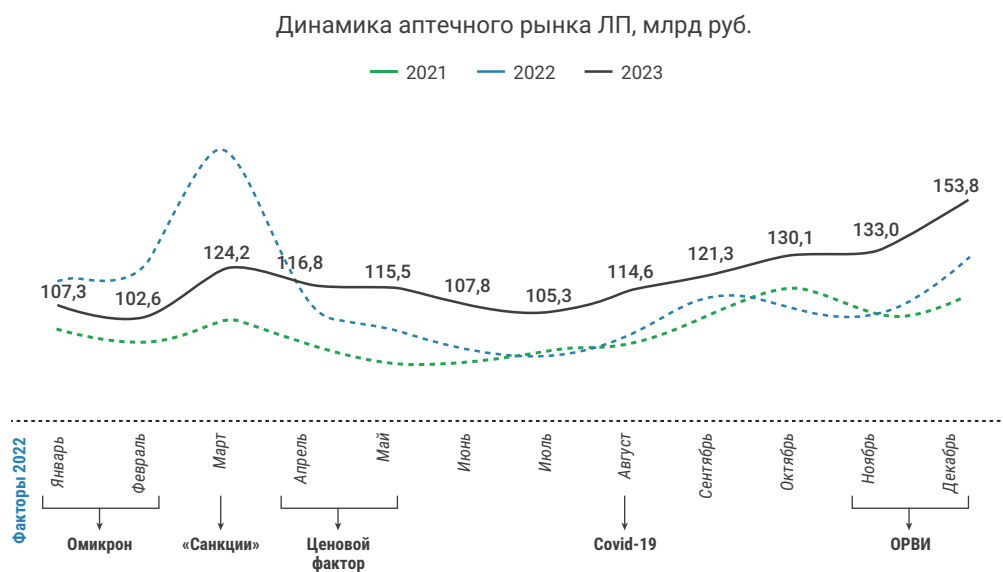


Рисунок 4

Факторы роста аптечного рынка ЛП в 2023 г.

недели, составив 98,1 на 10 тыс. населения. Данный показатель выше базовой линии (70) на 40,1%, еженедельного эпидемического порога – на 42,8%. А за неделю до нового года (51 нед.) уровень заболеваемости уже достиг 128,1 на 10 тыс. населения, превысив базовую линию на 83% и еженедельный эпидемический порог на 66,6%.

Таким образом, одной из ключевых особенностей аптечного потребления ЛП в 2023 году стало отсутствие внешних факторов влияния, возвращение к привычным сезонностям и высокой зависимости рынка от уровня заболеваемости традиционными ОРВИ и гриппом.

В 2023 г. ёмкость коммерческого рынка ЛП составила порядка 4,46 млрд упаковок или 1 432 млрд рублей. При сравнении с 2022 г. объём продаж лекарств в упаковках практически не изменился – уменьшился всего на 0,4%. Однако в стоимостном выражении реализация увеличилась на 6,1% относительно прошлого года.

Действительно, «факторы 2022» отошли на второй план в структуре потребления лекарственных препаратов, но сказывались на показателях прироста, особенно к ана-

логичному периоду прошлого года. «Ажиотажный» март 2022 год привел к тому, что мы опять оцениваем все динамики в двух вариантах: «год в целом» и «без учета марта». На самом деле данная модель работает уже с 2020 года.

Итак, в целом год к году – +6,1%, а без учета марта – +11,2%, то есть рынок даже показал двузначный темп прироста. Более позитивная ситуация при анализе упаковок: в целом год к году – -0,4%, а без учета марта – +2,4%. Получается, что потребление в натуральном выражении не сократилось впервые за много лет, если быть точными с 2018 года.

Отдельно отметим влияние фактора перехода потребителя на «большую» упаковку. В пересчете на количество «в штуках» (с учетом номера упаковки) рынок продолжает расти, хотя уже разница не столь сильная, как была раньше. Например, разрыв между приростом в упаковках и в штуках в 2022 году был 4,2%, а в 2023 году снизился до 1,2%. Таким образом, значимость этого фактора снижается.

А вот инфляция остается преобладающим параметром роста рынка. Причем если на протяжении первых трех кварталов инфляция на лекарства была незначительной, то начи-

Рисунок 5

Динамика розничных продаж ЛП, 2019-2023 гг.



ная с сентября цены ежемесячно увеличивались на 1-2%. По итогам года индекс цен составил 8,6%, что выше инфляции по стране в целом.

Соотношение объёмов продаж импортных и локализованных ЛП

Структура коммерческого рынка ЛП по степени локализации отражена на рис. 7.

В 2023 г. доля лекарств, произведённых на территории России, составила 48,1% в рублях и 66,4% в упаковках. За год структура рынка изменилась в пользу локализованных препаратов, вес которых увеличился на 1,3% в стоимостном выражении и на 0,9% в натуральном.

Увеличение доли локализованных препаратов – это уже устоявшийся тренд для рынка препаратов. С 2019 г. этот показатель увеличился с 43,7% до 48,1% в рублях. Вес лекарств, произведённых на территории России, в упаковках стабильно превышает 65% на протяжении последних 5 лет.

Локализованные лекарственные средства (+9,2% в руб. относительно 2022 г.) имеют более высокую динамику продаж, чем импорт-

ные (+3,4%). Если анализировать месячную динамику продаж, то можно наблюдать, что «в плюс» как импортные, так и локализованные лекарства стали выходить только, начиная с апреля. Причем темпы прироста продаж лекарств, произведённых на территории России, были выше, чем у импортных за исключением двух месяцев.

В натуральном объёме у групп прослеживается разнонаправленная динамика. Если у импортных препаратов падение продаж составило 3%, то локализованные лекарства, наоборот, стали больше пользоваться спросом (+1%).

Средневзвешенная цена локализованного препарата (+8,1%) выросла сильнее, чем цена импортного лекарства (+6,6%). Вместе с тем она всё ещё остаётся более чем в 2 раза ниже. Так, в 2023 г. в среднем одна упаковка локализованного средства стоила порядка 232 руб., зарубежного – 496 руб.

В целом на рынке количество российских производителей несколько превысило число иностранных (456 и 383 компании соответственно). Разрыв между представленными брендами также сократился до 3%. По итогам года в аптеках было представлено

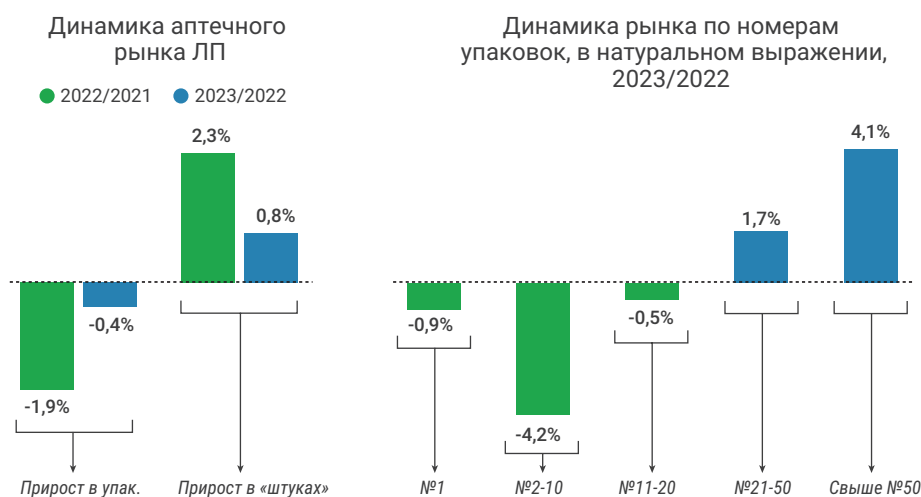


Рисунок 6

Динамика рынка по номеру упаковок

2 473 бренда лекарственных средств зарубежных компаний (6 553 SKU) и 2 398 брендов препаратов отечественных производителей (9 031 SKU). Иностранцы по-прежнему больше реализуют «уникальные» позиции — оригинальные препараты и брендированные генерики. Российские лекарства в большом объеме выпускаются в виде небрендированных генериков сразу несколькими предприятиями.

Соотношение объемов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

2023 год запомнился дискуссией об обращении препаратов для прерывания беременности. В результате Министерство здравоохранения России издало приказ № 459н от 01.09.2023 г. об утверждении перечня лекарственных средств для медицинского применения, подлежащих предметно-количественному учёту (ПКУ), в который вошли препараты для медикаментозного аборта мифепристон и мизопростол. Всего в списке

ПКУ свыше 130 наименований. Приказ вступит в силу с апреля 2024 г.

А с 9 мая была ужесточена ответственность в целом за продажу лекарственных препаратов, подлежащих предметно-количественному учёту (ПКУ), без рецепта (ФЗ от 28.04.2023 г. № 175-ФЗ). Установлены меры наказания для фармацевтических работников и должностных лиц — штраф от 10 тыс. до 20 тыс. руб. или дисквалификация на срок от 6 месяцев до 1 года; для индивидуальных предпринимателей — штраф от 50 тыс. до 100 тыс. руб.; для юридических лиц — штраф от 150 тыс. до 200 тыс. руб.

Соотношение объемов аптечных продаж по типу отпуска представлено на рис. 8.

Относительно предыдущего года структура рынка изменилась в пользу препаратов, отпускаемых по рецепту врача (+0,6% в руб. и +1,1% в упак.). В денежном эквиваленте рынок разделён пополам между препарата рецептурного и безрецептурного отпуска.

Рисунок 7

Соотношение объемов продаж импортных и локализованных ЛП розничного рынка России, 2022-2023 гг.

Примечание: Локализованные ЛП – лекарственные препараты, произведённые на территории России.



Что касается натурального объёма потребления, то распределение долей между лекарствами в зависимости от типа отпуска смещено в пользу ОТС-средств, вес которых по итогам 2023 г. составил 60,5%.

В динамике за последние 5 лет можно проследить тенденцию изменения структуры рынка в пользу рецептурных лекарств: по сравнению с 2019 г. их удельный вес увеличился на 3,8% в деньгах и на 5,3% в упаковках.

В 2023 г. продажи рецептурных лекарств выросли на 7,4% в рублях и на 2,6% в упаковках по сравнению с 2022 г. Темп прироста продаж безрецептурных лекарственных средств был заметно ниже: +4,7% в стоимостном выражении, а объём реализованных упаковок даже сократился на 2,2%.

Средняя стоимость препарата, отпускаемого по рецепту врача, составила 433 руб., безрецептурный препарат стоил в розничных ценах аптек в среднем 248 руб. Средневзвешенные цены на обе категории

препаратов стали выше относительно аналогичного периода прошлого года на 4,7% и 7,1% соответственно.

Соотношение продаж оригинальных и генериковых ЛП

Соотношение объёмов аптечных продаж оригинальных и генериковых препаратов показано на рис. 9.

Начиная с 2020 г., вес генериков ежегодно снижался. Однако в 2023 г. вектор изменился. Так, доля генерических препаратов увеличилась на 2,3% в рублях и на 0,6% в упаковках относительно 2022 г. Преимущество на рынке препаратов по-прежнему остаётся за генериками, на которые по итогам 2023 г. приходится 70,9% от стоимостного объёма и 86,9% – натурального.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить, что положительную динамику к показателям прошлого года показали только генерики (+9,6% в руб. и +0,3% в упак.),

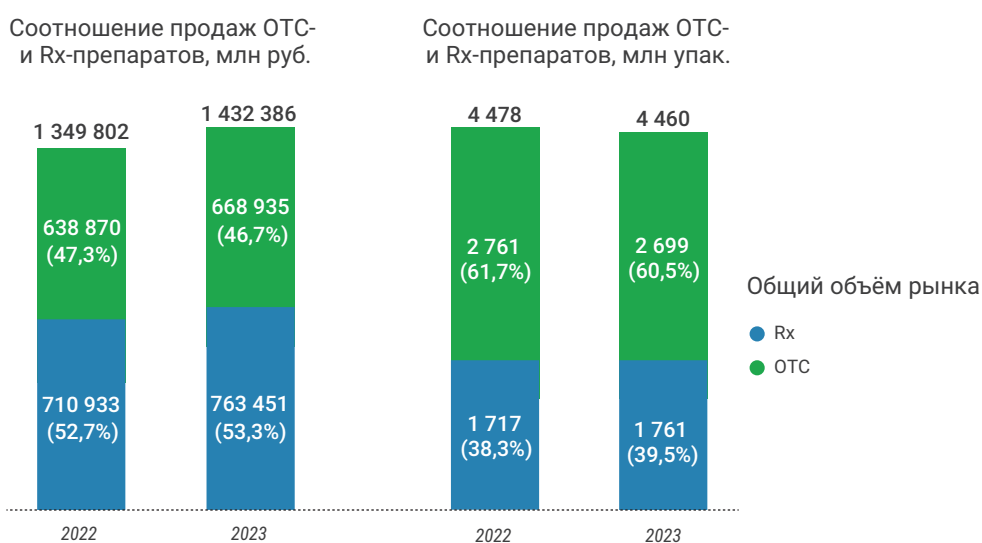


Рисунок 8

Соотношение объёмов продаж ОТС- и Rx-препаратов розничного рынка России, 2022-2023 гг.

Примечание: При расчёте долей Rx- и ОТС-лекарственных препаратов было применено официальное деление, согласно Перечню лекарственных средств, отпускаемых без рецепта врача. Тот факт, что зачастую в аптечных учреждениях рецептурные препараты отпускаются свободно, не учитывался.

чем и обусловлено изменение структуры рынка в их пользу. Что касается оригинальных ЛП, то их объём реализации снизился на 4,6% в натуральных единицах измерения, в стоимостном выражении продажи упали на 1,6%.

Средняя стоимость оригинального препарата составила 717 руб./упак. (+3,2% к показателю 2022 г.), генерик отпускаялся в среднем по 262 руб. (+9,4%).

Структура продаж ЛП розничного рынка по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ЛП по АТС-группам I уровня в России представлено в табл. 2.

Структура аптечного рынка по АТС-группам 1-го уровня в 2023 г. несколько изменилась относительно 2022 г.:

- в результате разнонаправленной динамики продаж препараты для лечения заболеваний кожи (+7,2% к 2022 г.) сместили с 8-й строчки препараты, влияющие на кроветворение и кровь (-4,1%);

- по той же причине на одну строчку вверх переместились лекарства для лечения заболеваний органов чувств (+9,7%), а продажи противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов, наоборот, упали за год на 5,3%.

Традиционно лидирует группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (+7,4% к 2022 г.) с долей 18,6% от стоимостного объёма. Лидерами в данной АТС стали гепатопротекторы «Гептрал» (доля в группе 3%) и «Урсосан» (2,5%), а также пищеварительное ферментное средство «Креон» (2%). Десять ведущих брендов группы [A] показали положительный прирост объёма реализации. Максимальным увеличением отметились гипогликемическое средство для перорального применения «Форсига» (+68,7% к 2022 г.), гепатопротектор «Урсосан» (+36,1%) и препарат, понижающий секрецию желёз желудка, «Омепразол» (+32,6%).

Порядка 13,3% стоимостного объёма продаж АТС-группы [A] приходится на подгруппу [A07] «Противодиарейные препараты». На первом месте по объёму продаж в группе [A07] ока-

Рисунок 9

Соотношение объёмов продаж оригинальных и генериковых препаратов розничного рынка России, 2022-2023 гг.

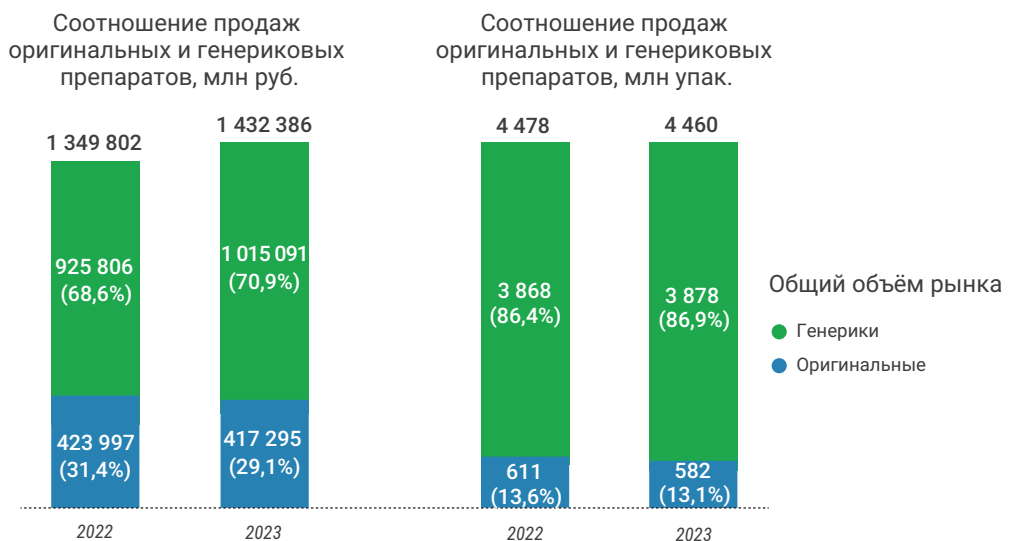


Таблица 2

Структура продаж ЛП розничного рынка России по АТС-группам в 2023 г.

Примечание: Без АТС ЛП, не имеющие АТС-группы (гомеопатические ЛП, ЛП растительного, животного происхождения, субстанции и др.)

АТС-группы I-го уровня	Объем продаж, млрд руб.	Прирост группы в руб.	Объем продаж, млн упак.	Прирост группы в упак.
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	265,9	7,4%	724,0	1,5%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	208,3	4,5%	638,8	-0,3%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	177,9	10,8%	733,8	1,0%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	169,7	10,2%	644,4	-2,3%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	125,9	10,3%	380,1	3,4%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	111,9	7,4%	118,9	6,2%
[J] Противомикробные препараты для системного использования	100,2	-3,8%	311,5	-5,1%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	78,0	7,2%	383,1	-0,9%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	73,4	-4,1%	140,5	-6,8%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	40,9	9,7%	135,9	6,7%
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	36,9	-5,3%	62,6	-13,0%
~ ЛП без указания АТС-группы	21,0	13,2%	107,7	-0,4%
[V] Прочие препараты	11,2	12,6%	26,8	0,4%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	7,9	-9,8%	32,3	-17,6%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	3,3	7,2%	19,8	2,2%

зался бренд «Энтеросгель» с долей в рублях, соответствующей 11,8%. «Полисорб» и «Линекс» занимают в рейтинге по стоимостному объёму 2 и 3-е место с долями 9,5% и 8,8% соответственно. По количеству проданных упаковок 45,6% группы [A07] занимают недорогие и преимущественно отечественные препараты «Активированный уголь» и «Лоперамид».

Подгруппа [A02] «Препараты для лечения заболеваний, связанных с нарушением кислотности» из ТОП-10 в 2023 г. продемонстрировала самую высокую динамику в своём АТС – объём реализации вырос на 13,7% в рублях. Одной из причин является повышение спроса на ингибиторы протонного насоса «Омепразол» (+32,6% к 2022 г.) и «Нексиум» (+26,2%) и гастропротекторное средство «Ребагит» (+25,4%).

На второй строчке по стоимостному объёму расположилась АТС-группа [С] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (доля 14,5% в руб.). Ведущими брендами группы [С] являются следующие препараты: ангиопротектор «Детралекс» (доля 4,4%), препарат, влияющий на систему ренин-ангиотензин, «Эдарби» (3,7%) и бета-

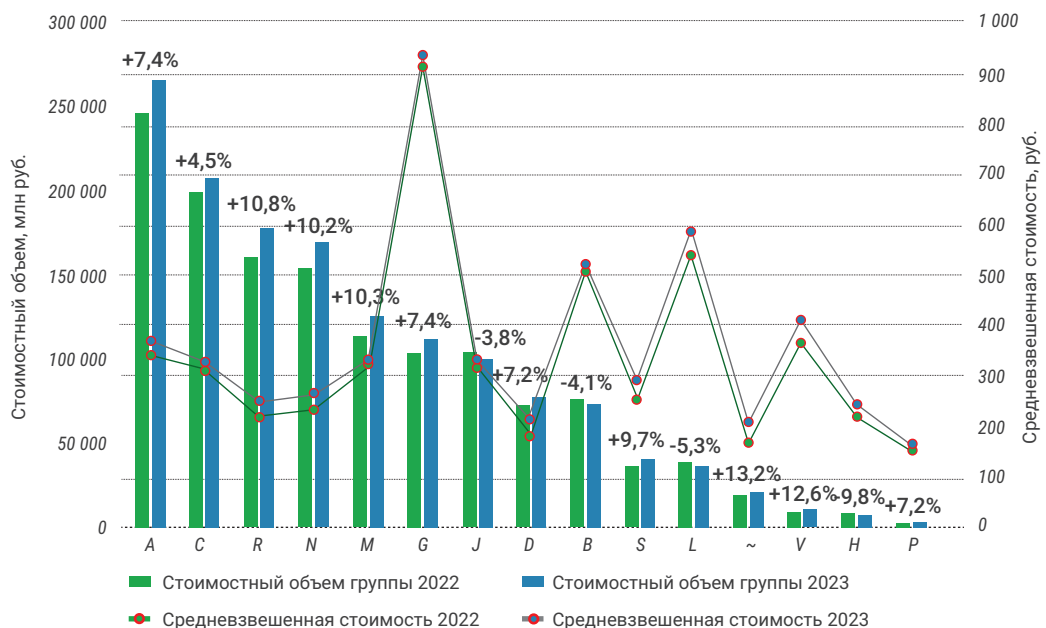
адреноблокатор «Конкор» (2,9%). Максимальный вклад в увеличение продаж группы на 4,5% по сравнению с предыдущим годом внесли гипотензивные препараты «Трипликсам» (+36%) и «Эдарби» (+21,2%), а также гиполипидемическое средство «Розувастатин» (+9,4%). А вот наименее удачно год сложился для марки «Лориста» (-19,7%).

Замыкает тройку лидеров АТС-группа [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» с долей 12,4% в рублях. Основные препараты в группе: противомикробный препарат для лечения заболеваний горла «Граммидин» (4,1%), ингаляционный препарат для лечения бронхиальной астмы и ХОБЛ «Пульмикорт» (3,1%) и симптоматическое средство для облегчения боли в горле «Стрепсилс» (2,8%). Реализация препаратов группы [R] возросла на 10,8% к 2022 г. Самыми быстрорастущими брендами стали «Пульмикорт» (+40,7%), «Синупрет» (+25,8%), «Граммидин» (+20,1%).

Прирост ёмкости и средняя стоимость упаковок в АТС-группах представлены на рис. 10. Большинство групп (11 АТС) показали увеличение продаж относительно 2022 г.

Рисунок 10

Структура розничного рынка ЛП, 2022-2023 гг.



Прирост у трёх ведущих групп превысил отметку в 10%. Речь идёт о препаратах для лечения заболеваний респираторной (+10,8%), костно-мышечной (+10,3%) и нервной систем (+10,2%). При этом самый высокий прирост в 2023 г. у небольших по объёму АТС-групп: препаратов без указания АТС-группы (+13,2%) и прочих препаратов (+12,6%).

В натуральном выражении лидерами по росту потребления стали группы [S] «Препараты для лечения заболеваний органов чувств» (+6,7%) и [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны» (+6,2%). При этом у 8 из 15 групп отрицательная динамика к показателям прошлого года. Наибольшее снижение аптечных продаж в упаковках было зафиксировано у гормональных препаратов для системного использования, исключая половые гормоны (-17,6%), противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов (-13%), а также у лекарств, влияющих на кроветворение и кровь (-6,8%).

Наибольшая средневзвешенная цена одной упаковки ЛП по итогам 2023 г. составила 941 руб. для препаратов группы [G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных

органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ЛП этой группы достигает 10-20 тыс. рублей и выше. Самые дорогостоящие препараты в группе: фолликулостимулирующее средство «Рековелль раствор для подкожного введения 33,3 мкг/мл 2,16 мл № 1» (51,3 тыс. руб. за упаковку); противоклимактерическое средство «Мэлсмон раствор для подкожного введения 2 мл № 10» (31,4 тыс. руб.); средство для лечения урологических заболеваний «Фертивелл лиофилизат для приготовления раствора для внутримышечного введения 5 мг № 10» (30,8 тыс. руб.).

Также высокая средневзвешенная цена отмечается в группах [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» — порядка 590 руб., [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» — 523 руб. У противопаразитарных препаратов, инсектицидов и репеллентов, наоборот, самая низкая средневзвешенная цена — 168 руб. за одну упаковку.

Вклад различных АТС-групп в общий прирост коммерческого рынка оценивался с помощью средневзвешенного прироста — показателя, учитывающего долю АТС-группы, умноженную на темп её прироста (рис. 11).

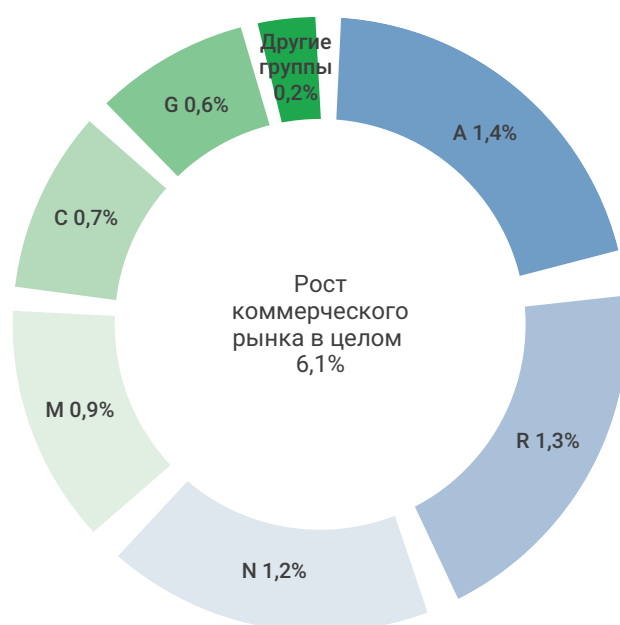


Рисунок 11

Взвешенный прирост ЛП розничного рынка по АТС-группам в 2023 г.

Наибольший вклад в увеличение ёмкости коммерческого рынка ЛП в рублях в 2023 г. внесли группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ», [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы», [N] «Препараты для лечения заболеваний нервной системы», что суммарно составило 3,8% или 62,2% от роста рынка в целом.

Производители ЛП розничного рынка

В табл. 3 приведён ТОП-20 производителей, лидирующих по стоимостному объёму продаж на коммерческом рынке России в 2023 г.

В 2023 г. на российском фармацевтическом рынке присутствовало порядка 824 игроков. Суммарно на ТОП-20 фирм приходится 49,7% стоимостного объёма продаж ЛП. По сравнению с 2022 г. общая доля двадцатки уменьшилась на 0,9%. Рейтинг производителей является более стабильным по сравнению с рейтингом препаратов.

Уже традиционно лидером рынка по итогам года в аптечном сегменте становится компания Bayer (доля 4% в руб.) несмотря на снижение объёма продаж в аптечном сегменте на 2,8%. Портфель немецкой корпорации уменьшился до 45 брендов, реализуемых в аптечных учреждениях. Максимальный объём продаж компании приходится на антикоагулянтное средство «Ксарелто» — его доля в продажах компании по итогам года составила 25,6% в рублёвом эквиваленте, объём реализации за год уменьшился на 10,2%. Среди ведущих марок компании наиболее ярко себя проявили регулятор кальциево-фосфорного обмена «Кальцецин» (+13,4% к 2022 г.) и комбинированные контрацептивные средства «Клайра» (+10,1%) и «Джес» (+8,8%). В натуральном выражении по объёму продаж ли-

дируют такие «хиты продаж», как «Релиф», «Джес», «Ксарелто» только на 3-м месте.

На вторую строчку поднялась корпорация Stada (доля 3,7% в руб.) в результате увеличения продаж на 7,3%. Товарная линейка производителя в аптечном сегменте фармрынка насчитывает свыше 100 брендов лекарственных средств. Ряд ведущих препаратов компании отметился заметным приростом продаж — пищеварительное ферментное средство «Эрмиталь» (+36,4% к уровню продаж 2022 г.), НПВП «Ксефокам» (+26,8%) и гипотензивное средство «Эдарби» (+21,2%). Из ТОП-10 только антиагрегантное средство «Кардиомагнил» (-9,2%) отметилось снижением реализации.

Отечественный производитель «Отисифарм» (доля 3,1% в руб.), продажи которого упали на 10,9% к 2022 г., в отчётном периоде опустился на третью позицию в рейтинге. В российских аптеках реализуется 46 брендов фирмы, из них самый весомый рост спроса был зафиксирован у средства для устранения симптомов ОРЗ и «простуды» «Максиколд» (+29,2%), капель для глаз и витаминно-минерального комплекса под маркой «Тауфон» (+25,5%) и противоконгестивного средства «Риностоп» (+12,6%). Однако наибольшее влияние на динамику продаж компании в целом среди ключевых брендов всё-таки оказала «падающая» группа средств — это в первую очередь основной препарат производителя — противовирусный препарат «Арбидол» (-49,9%), а также «Амиксин» (-15,8%) и препарат магния «Магнелис» (-15%).

Максимальное снижение реализации среди производителей лекарственных препаратов из ТОП-20 было отмечено у лидера прошлых лет — компании Novartis (-11,1%). Производитель продолжает терять позиции

Таблица 3

ТОП-20 производителей ЛП по стоимостному объёму продаж в 2023 г.

Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

Рейтинг	Изменение к 2022	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	-	Bayer	57 010	4,0%	-2,8%
2	+1	Stada	53 432	3,7%	7,3%
3	-1	Отисифарм	44 834	3,1%	-10,9%
4	+1	Servier	44 241	3,1%	6,2%
5	+1	Abbott	41 806	2,9%	2,2%
6	+3	KRKA	41 128	2,9%	8,8%
7	-3	Sanofi	40 818	2,8%	-2,4%
8	-	Teva	40 587	2,8%	5,3%
9	+2	Биннофарм Групп	35 979	2,5%	17,5%
10	-3	Novartis	34 478	2,4%	-11,1%
11	+1	Gedeon Richter	32 406	2,3%	9,6%
12	+2	Фармстандарт	32 405	2,3%	23,1%
13	-	Озон	30 299	2,1%	12,3%
14	-4	A.Menarini	30 201	2,1%	-9,0%
15	+1	Polpharma	27 760	1,9%	16,4%
16	-1	Haleon	26 983	1,9%	6,6%
17	+1	Вертекс	26 786	1,9%	18,6%
18	+1	Валента Фарм	23 774	1,7%	9,4%
19	+1	Dr.Reddy's	23 719	1,7%	12,9%
20	+1	AstraZeneca	22 973	1,6%	19,2%

в рейтинге: -3 строчки за год. Сократилось и число представленных продуктов: со 121 бренда до 101. Отрицательную динамику фармацевтической корпорации обеспечили МИБП «Бронхо-Мунал» (-31%), отхаркивающее муколитическое средство «АЦЦ» (-26,5%) и противогрибковый препарат «Экзодерил» (-26,1%).

Самый значительный темп прироста продемонстрировали следующие компании: отечественные производители «Фармстандарт» (+23,1% к 2022 г.) и «Вертекс» (+18,6%) и компания AstraZeneca (+19,2%).

Объём продаж антибиотиков «Амоксициллин + Клавулановая кислота» (+154,5%) и «Цефиксим» (+85,8%) и витаминов под маркой «Комбилипен» (+29,8%) год к году существенно вырос. В результате производитель «Фармстандарт» укрепил свои позиции в рейтинге на 2 строчки.

Средство устранения симптомов ОРЗ и «простуды» «Дуоколд» (+178,5%), глюкокортикостероид в форме дозированного назального спрея «Нозефрин» (+74,5%) и ключевой препарат фирмы – селективный бета1-адреноблокатор «Бисопролол» (+18,6%) обеспечили +1 строчку компании «Вертекс».

Увеличение спроса на пероральное гипогликемическое средство «Форсига» (+68,7%), местный глюкокортикостероид «Пульмикорт» (+40,7%) и средство, понижающее секрецию желёз желудка, «Нексиум» (+26,2%) позволило компании AstraZeneca подняться на одну позицию вверх в рейтинге ведущих производителей.

Рейтинг компаний в большей мере представлен иностранными производителями ЛП. В 2023 г. в ТОП-20 вошло 6 отечественных компаний: 3-я строчка – «Отисифарм» (доля 3,1% в руб.), 9 строчка – «Биннофарм Групп» (2,5%),

12 строчка – «Фармстандарт» (2,3%), 13 строчка – «Озон» (2,1%), 17 строчка – «Вертекс» (1,9%), 18 строчка – «Валента Фарм» (1,7%).

В упаковках преимущество остаётся за российскими компаниями и зарубежными с высокой долей генериков в своём ассортименте. Максимальная доля у компании «Фармстандарт» (6,8%). «Озон» занимает порядка 4,1% в упаковках от аптечных продаж и вторую строчку. Тройку лидеров замыкает Stada с весом 4%. ТОП-20 производителей рейтинга в упаковках занимают более половины аптечного рынка ЛП (52,9%), что выше концентрации в стоимостном выражении (на ТОП-20 корпораций приходится 49,7%).

Отдельно стоит выделить динамику компаний «Биннофарм Групп» (+8,8%) и «Обновление» (+8,6%). Наиболее успешными в портфеле «Биннофарм Групп» оказались марки «Омепразол» (+50,4%), «Цефтриаксон» (+46,9%) и «Амоксициллин» (+42,5%), у компании «Обновление» наибольший прирост в упаковках показали препараты «Эналаприл» (+24,7%), «Валидол» (+23,8%) и «Аспаркам» (+16,7%).

Заметно потребление упало у компаний Novartis (-21,2% и -4 строчки), A.Menarini (-16,6% и -3 строчки) и Sanofi (-9,4% и -2 строчки).

Препараты розничного рынка

В табл. 5 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму продаж на коммерческом рынке России в 2023 г.

По итогам года на аптечных полках было представлено около 4,5 тыс. брендов лекарственных препаратов. На ТОП-20 брендов лекарств пришлось 11,1% рынка в рублях. Рейтинг брендов, лидирующих по стоимостному объёму на розничном рынке, заметно изменился. Первое место по-прежнему у антикоагулянтного препарата «Ксарелто» (доля 1%

Таблица 4

ТОП-20
производителей ЛП
по натуральному
объёму продаж
в 2023 г.

Примечание:
под «производителем»
понимается головная
компания, которая
может объединять
несколько
производственных
площадок.

Рейтинг	Изменение к 2022	Производитель	Объём продаж, млн упак.	Доля	Прирост к 2022
1	-	Фармстандарт	305,0	6,8%	-3,3%
2	-	Озон	182,2	4,1%	-0,8%
3	-	Stada	176,3	4,0%	-2,1%
4	-	Отисифарм	166,7	3,7%	-6,0%
5	-	Биннофарм Групп	155,5	3,5%	8,8%
6	+1	Обновление	136,5	3,1%	8,6%
7	-1	Teva	128,8	2,9%	0,7%
8	-	Polpharma	109,6	2,5%	3,2%
9	-	Dr.Reddy's	104,1	2,3%	5,4%
10	-	Вертекс	98,4	2,2%	3,5%
11	-	Гротекс	94,8	2,1%	0,0%
12	+2	Тульская Фармацевтическая Фабрика	89,7	2,0%	4,9%
13	+2	KRKA	87,0	2,0%	4,1%
14	-2	Sanofi	83,1	1,9%	-9,4%
15	+2	Servier	81,9	1,8%	3,7%
16	+2	Genel	77,8	1,7%	1,2%
17	-4	Novartis	71,6	1,6%	-21,2%
18	+1	Abbott	70,8	1,6%	-1,5%
19	-3	A.Menarini	69,4	1,6%	-16,6%
20	+1	Gedeon Richter	69,4	1,6%	1,1%

Таблица 5

ТОП-20 брендов по стоимостному объёму продаж в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	-	Ксарелто	14 591	1,0%	-10,2%
2	+1	Эликвис	12 376	0,9%	-14,2%
3	+4	Нурофен	9 200	0,6%	13,9%
4	-	Детралекс	9 152	0,6%	0,8%
5	+1	ТераФлю	9 133	0,6%	12,5%
6	-1	Ингавирин	8 371	0,6%	-1,0%
7	+1	Гептрал	7 984	0,6%	2,9%
8	-6	Арбидол	7 860	0,5%	-49,9%
9	+4	Эдарби	7 812	0,5%	21,2%
10	-	Пенталгин	7 797	0,5%	10,4%
11	-2	Мексидол	7 398	0,5%	0,6%
12	+6	Граммидин	7 276	0,5%	20,1%
13	+11	Урсосан	6 727	0,5%	36,1%
14	-2	Нимесил	6 359	0,4%	-1,6%
15	+6	Канефрон	6 246	0,4%	15,4%
16	+3	Актовегин	6 138	0,4%	3,8%
17	-3	Конкор	6 086	0,4%	-4,2%
18	+2	Джес	6 049	0,4%	8,8%
19	-4	Фемостон	6 020	0,4%	-4,5%
20	-9	Кардиомагнил	5 905	0,4%	-9,2%

в руб.) немецкой корпорации Bayer несмотря на снижение продаж на 10,2% относительно 2022 г. На 14,2% упала реализация ещё одного ведущего антикоагулянта – препарата «Эликвис» от компании Pfizer. Вместе с тем бренд поднялся на вторую строчку, заняв 0,9% аптечного рынка ЛП. На третье место с седьмого поднялся НПВП «Нурофен» (0,6%) от Reckitt Benckiser за счёт увеличения продаж на 13,9%.

Один из лидеров прошлого года – отечественный противовирусный препарат «Арбидол» компании «Отисифарм» опустился за год в рейтинге на 6 позиций вниз, продемонстрировав самое значительное падение продаж (-49,9%).

Из заметных положительных изменений можно выделить следующие марки: +11 мест у гепатопротектора «Урсосан» (+36,1% к 2022 г.) производства корпорации PRO.MED.CS Praha; +6 мест у антибактериального препарата для лечения заболеваний горла «Граммидин» (+20,1%) от «Валента Фарм» и диуретического средства растительного происхождения «Канефрон» (+15,4%) от Bionorica Arzneimittel; +4 места у гипотензивного средства «Эдарби» (+21,2%) от Stada.

Рейтинг ключевых ЛП покинули антисептическое средство «Мирамистин» (21-я строчка в 2023 г.) и препарат, влияющий на систему ренин-ангиотензин, «Лориста» (29 строчка).

В упаковках по-прежнему лидируют «традиционные» дешёвые препараты: «Омепразол» (доля 1,4% в упак.), «Парацетамол» (1,2%) и «Цитрамон» (1,2%), выпускающиеся сразу несколькими производителями. Большинство препаратов (12 брендов), входящих в ТОП-20 по объёму в натуральном эквива-

ленте, показали положительную динамику. Наибольший темп прироста продемонстрировали противоконгестивные средства «Ринонорм» (+20,8% относительно 2022 г.) и «Снуп» (+13,7%), а также пищеварительное ферментное средство «Панкреатин» (+10,9%).

Максимальное снижение продаж при этом показали НПВП и антиагрегантное средство «Ацетилсалициловая кислота» (-14,9%), антисептик «Перекись водорода» (-11,5%) и анальгетик «Цитрамон» (-11,2%).

ТОП-20 брендов в натуральном эквиваленте занимает 18% розничных продаж, т.е. их концентрация несколько выше, чем в стоимостном объёме. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет 85,5 руб.

ЖНВЛП

Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) – перечень лекарственных препаратов, утверждаемый Правительством РФ в целях государственного регулирования цен на лекарственные средства.

Если в 2022 г. перечень ЖНВЛП расширялся планомерно несколько раз в течение всего года, то в 2023 г. правительство внесло изменение только один раз.

В июне правительство расширило Перечень ЖНВЛП новыми лекарственными формами и дозировками по 4 МНН (распоряжение правительства № 1508-р от 09.06.2023 г.).

У препарата от гепатита С глекапревир + пибрентасвир появилась новая лекарственная форма – гранулы, покрытые оболочкой, с детской дозировкой 50 мг + 20 мг.

У иммунодепрессанта пирфенидона, применяемого при идиопатическом лёгочном фиброзе у взрослых, помимо капсул добавлены таблетки, покрытые плёночной оболочкой, причём у таблеток есть новая дозировка (801 мг).

Препарат для лечения фенилкетонурии сапроптерин теперь в ЖНВЛП не только в форме таблеток растворимых, но и диспергируемых.

Последний препарат с новой дозировкой — наркотический обезболивающий пропионилфенилэтоксиэтилпиперидин (бренд «Просидол», выпускаемый Московским эндокринным заводом). Ранее в ЖНВЛП были внесены таблетки защёчные (не имеют действующего РУ), теперь добавили таблетки подъязычные.

По итогам 2023 г. в продажах аптек были зафиксированы в продаже более 500 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответствует 1 323 брендам). Объём продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил 482,1 млрд руб. или 2 090 млн упак. (рис. 12).

Отметим, что показатель прироста стоимостного объёма продаж ЖНВЛП был заметно

ниже, чем по остальному перечню препаратов (+1,5% — ЖНВЛП, +8,6% — не-ЖНВЛП). В натуральном выражении продажи ЖНВЛП снизились на 1,3%, тогда как объём реализации препаратов, не включённых в список, увеличился на 0,4%.

Доля локализованных (произведённых на территории РФ) жизненно необходимых лекарственных препаратов в натуральном выражении составила 66,9%, в деньгах их доля была на уровне 54,5%.

Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2023 г. составила 230,6 руб., причём цена одной упаковки локализованного препарата составила 188,1 руб., а импортного в 1,7 раза выше (316,6 руб.).

Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП (230,6 руб.) оказалась ниже средневзвешенной цены на прочие препараты (401 руб.). Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП смещение продаж в сторону дорогих лекарств произошло менее заметно, чем в целом по рынку.

На рис. 13 приведён индекс цен по различным группам лекарств. В 2023 г. инфляция

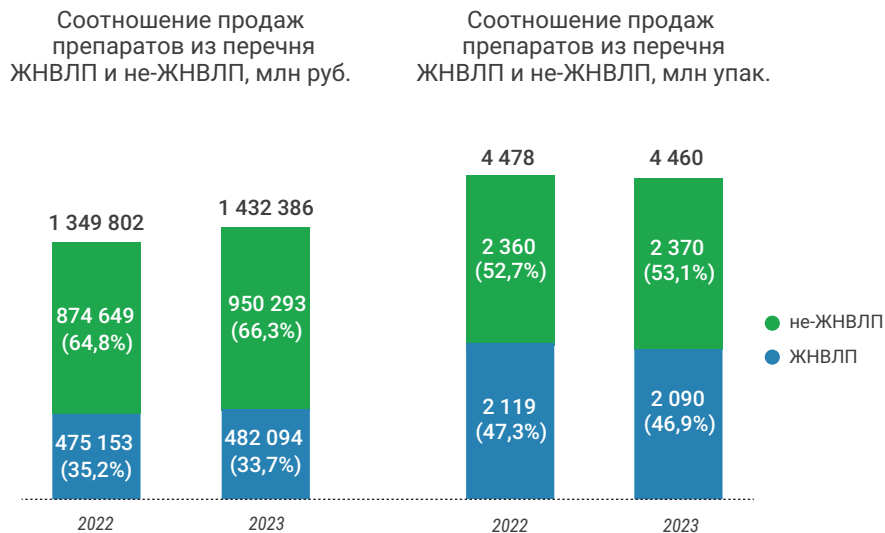


Рисунок 12

Соотношение продаж препаратов из перечня ЖНВЛП и не-ЖНВЛП, 2022-2023 гг.

на лекарства составила 8,6%, а это выше показателя 2022 г. (7,5%). Инфляционная составляющая больше проявила себя на препаратах, не входящих в перечень ЖНВЛП, и достигла в 2023 г. 10,9%. Рост цен на препараты из списка ЖНВЛП наблюдался в апреле и в конце года, достигнув показателя в 4,1%.

Рейтинг продаж ЛП по МНН, включённым в перечень ЖНВЛП, представлен в табл. 6.

По итогам 2023 г. ТОП-20 МНН, включённых в перечень ЖНВЛП, вновь возглавил ксилометазолин с ведущим брендом «Снуп». Объём продаж препаратов с данным действующим веществом увеличился на 8,9% относительно предыдущего года.

Расстановка сил в рейтинге заметно изменилась, в ТОП-20 вошло одно новое МНН – глюкокортикостероид будесонид, которое за счёт прироста продаж на 35,7% преодолело за год 11 позиций рейтинга. Ведущий препарат в МНН – бренд «Пулмикорт» компании AstraZeneca.

Высокую динамику также продемонстрировали гепатопротекторное средство урсодезоксихолевая кислота (+27,5% к 2022 г.)

и ингибитор протонного насоса омепразол (+20,3%). В итоге препараты с данными действующими веществами укрепили свои позиции в рейтинге на 2 и на 3 строчки соответственно.

При этом заметно снизилось потребление противовирусного средства умифеновир (-42,7%; -6 мест), антикоагулянта апиксабан (-14,2%; -1 место) и иммуномодулятора интерферон альфа-2b (-11,1%; -2 места).

Ценовая сегментация препаратов розничного рынка

Средневзвешенная цена одной упаковки ЛП составила 321,2 руб., что на 6,5% выше, чем в 2022 г. Средняя наценка аптечных сетей заметно снизилась с 24,7% до 22,3%. Дешёвые лекарства всё меньше пользуются спросом у россиян, и потребители аптек переходят на более дорогостоящие средства и упаковки большего содержания.

На рис. 14 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки по ценовым сегментам в 2022-2023 гг.

За год структура рынка в рублях изменилась

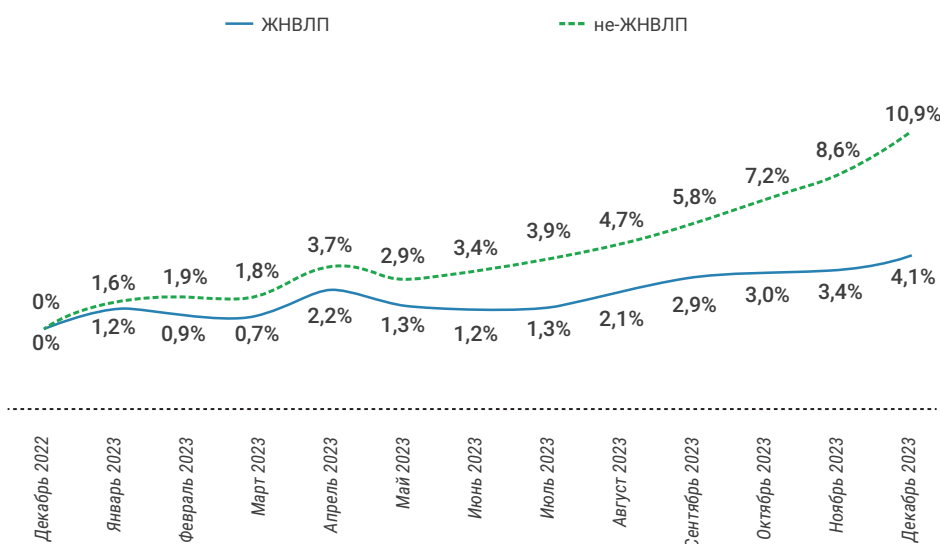


Рисунок 13

Динамика индекса цен на розничном рынке в 2023 г.

Таблица 6

ТОП-20 МНН,
включённых
в перечень ЖНВЛП,
по стоимостному
объёму продаж
в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	МНН	Объём продаж, млрд руб.	Доля в продажах ЖНВЛП, руб.	Лидер среди брендов внутри МНН
1	-	Ксилометазолин	21,0	4,4%	Снуп
2	+3	Ибупрофен	16,2	3,4%	Нурофен
3	-	Ривароксабан	14,6	3,0%	Ксарелто
4	+2	Панкреатин	13,0	2,7%	Креон
5	-1	Апиксабан	12,4	2,6%	Эликвис
6	+1	Бисопролол	11,4	2,4%	Конкор
7	+2	Урсодезоксихолевая кислота	11,2	2,3%	Урсосан
8	-6	Умифеновир	10,6	2,2%	Арбидол
9	-1	Адеметионин	10,1	2,1%	Гептрал
10	+3	Омепразол	8,6	1,8%	Омепразол
11	-1	Этилметилгидроксипиридина сукцинат	8,5	1,8%	Мексидол
12	-1	Имидазолилэтанамида пентадиовой кислоты	8,4	1,7%	Ингавирин
13	-1	Аторвастатин	8,0	1,7%	Аторвастатин
14	+1	Лозартан	6,4	1,3%	Лозартан
15	+11	Будесонид	5,9	1,2%	Пульмикорт
16	-2	Интерферон альфа-2b	5,9	1,2%	Гриппферон
17	-1	Моксонидин	5,7	1,2%	Моксонидин
18	-1	Амоксициллин + [Клавулановая кислота]	5,7	1,2%	Амоксиклав
19	-	Азитромицин	5,6	1,2%	Азитромицин
20	-	Тамсулозин	5,5	1,1%	Омник

в пользу препаратов с ценой выше 500 рублей относительно предыдущего года. Суммарно доля этих ценовых категорий увеличилась почти на 3% в денежном выражении к 2022 г. При этом положительная динамика продаж была отмечена в трёх сегментах «свыше 1 000 руб.» (+11% в руб. и + 12,7% в упак.), «500-1 000 руб.» (+10,8% и + 10,2%) и «100-300 руб.» (+2,1% и + 3%).

В упаковках заметнее всего сократилась доля самых дешёвых препаратов – на 2,9% до 32,8% в результате существенного снижения потребления (-8,6% в упак. и -2,8% в руб.). А за несколько лет падение доли было ещё более ощутимое: на 18% в упаковках и на 4% в рублях к 2019 г.

Индекс цен препаратов розничного рынка

Для объективной оценки изменения цен на препараты в розничном сегменте фармрынка был рассмотрен индекс цен, при расчёте которого использовался фиксированный список готовых лекарственных средств.

В декабре 2023 г. цены выросли на 8,6% относительно декабря 2022 г., тогда как годом ранее этот же показатель был на уровне 7,5%.

В 2023 г. инфляция на лекарства была выше, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (7,42%). Заметим, что до осени 2023 г. увеличение стоимости было минимальным, а вот с сентября рост цен стал более ощутимым.

На рис. 16 представлен общий индекс потребительских цен, а также индексы цен на отдельные категории товаров и услуг.

По данным Росстата, индекс потребительских цен по итогам 2023 г. составил 7,42%, совпав с ожиданиями властей. Ранее Минэкономразвития моделировал инфляцию на уровне 7,5%, прогнозный коридор Банка России составлял 7-7,5%.

Уровень инфляции в 2023 г. стал минимальным за последние три года, при этом он существенно превышает показатели 2019-2020 гг. (2019 г. – 3%; 2020 г. – 4,9%; 2021 г. – 8,4%; 2022 г. – 11,9%).

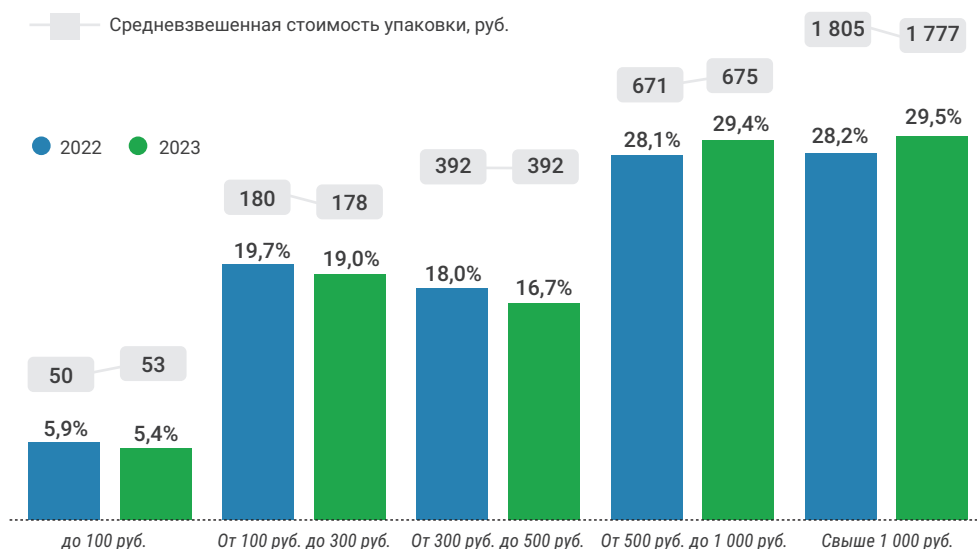


Рисунок 14

Структура продаж ЛП розничного рынка по ценовым сегментам в стоимостном выражении, 2022-2023 гг.

Заметнее всего, согласно данным Росстата, подорожали услуги – на 8,3% и продукты питания – на 8,2%. Однако данные показатели ниже уровня прошлого года (в 2022 г. 13,2% и 10,3% соответственно).

Бензин в целом за 2023 г. подорожал на 7,2%. Менее всего выросли цены на непродовольственные товары (6%).

В 2024 г. Банк России ожидает инфляцию в РФ в границах 4-4,5%, Минэкономразвития – на уровне 4,5%.

Новые препараты розничного рынка

В 2023 г. в розничном обороте фармацевтического рынка появилось 228 новых брендов лекарственных препаратов (182 МНН и 14 брендов без указания МНН). Совокупный объём продаж «новинок» по итогам года составил 2,7 млрд рублей или 5,4 млн упаковок, что соответствует 0,2% стоимостного и 0,1% натурального объёма аптечных продаж всех лекарственных препаратов. Средневзвешенная цена одной упаковки нового лекарственного средства составила 509 руб. По сравне-

нию с 2022 г. уменьшилось и число новинок, и их объём реализации.

Среди новинок 67 брендов – импортные препараты, 161 бренд – отечественные, 5 брендов – локализованные. Это позволяет сделать вывод об увеличении темпов повышения рыночной доли препаратов российского производства в розничном сегменте лекарств, в том числе и за счёт вывода на рынок новых позиций. Среди новых препаратов доля лекарств, произведённых на территории России составила 76,6% от стоимостного объёма и 82% от натурального.

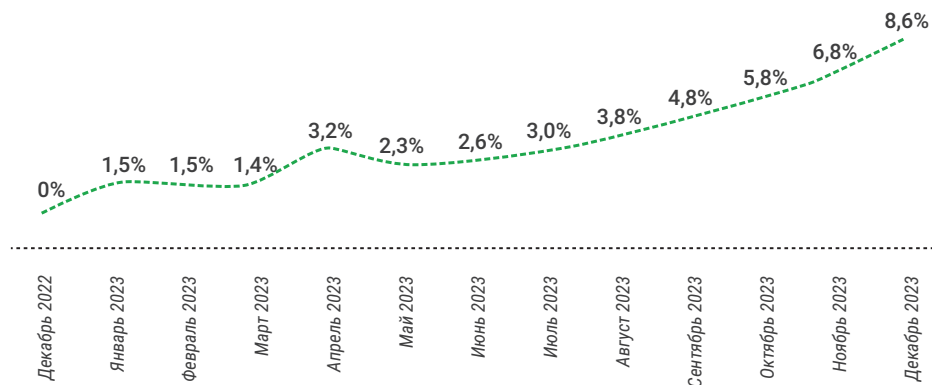
Большинство новых брендов являются рецептурными препаратами. При этом в натуральном выражении Rx-препараты занимают только 26,4% от оборота новинок, в стоимостном эквиваленте преимущество остаётся также за OTC-препаратами, на которые приходится 54,1% от оборота всех новинок.

Новинки отечественных производителей занимают большую часть позиций (16 наименований) от представленного ТОП-20 новых брендов 2023 г. на коммерческом рынке

Рисунок 15

Изменение цен на ЛП на розничном рынке России в 2023 г.

Инфляция на лекарственные препараты



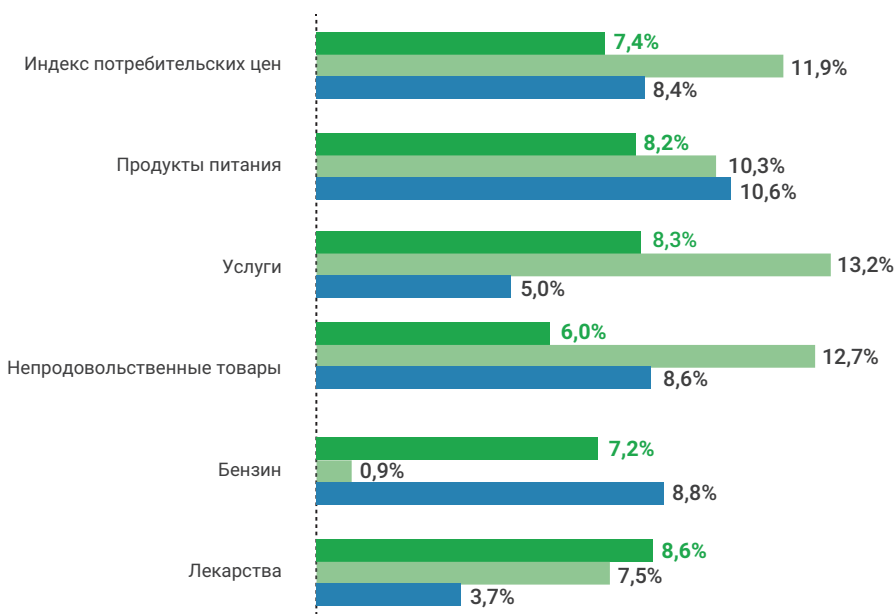
по стоимостному объёму. Большинство новинок появилось в обороте в 1 квартале.

«Биннофарм Групп» и «ПРОФИТ-ФАРМ» представили свои препараты «Лоротрицин-Алиум» и «Лорангин» соответственно, объём продаж каждого препарата превысил 200 млн руб. в первый год лонча. Оба препарата применяются, согласно классификатору ЕрhMRA, для лечения заболеваний горла. «Лоротрицин-Алиум» является аналогом препарата «Доритрицин», это комбинированное лекарственное средство для местного применения в ЛОР-практике, содержащее в себе бензалкония хлорид, бензокаин и тиротрицин. Средневзвешенная цена за 2023 г. за 10 таблеток Доритрицина 518,76 руб., у Лоротрицина-Алиум этот показатель составил 476,88 руб. за 12 таблеток.

«Лорангин», в свою очередь, является аналогом оригинального спрея НПВС (производное индазола, без карбоксильной группы) «Тантум Верде». Аналогично при сравнении средневзвешенных цен за 2023 г. показатели составляют у препарата «Тантум Верде» 495,89 руб., а у Лорангина – 341,08 руб., при одинаковом объёме в 30 мл. Стоит отме-

тить, что данный препарат активно пользовался спросом несмотря на высокий уровень конкуренции на рынке – 16 наименований ЛП, содержащих бензидамин в концентрации 0,255 мг/доза, в виде спрея для горла. Например, в ТОП-20 также попал и спрей «Инлартекс» – ещё одно ЛОР-средство с МНН бензидамин, что говорит о грамотной маркетинговой кампании и высокой эффективности препарата. В первый год лонча «Лорангин» занял 5-ю строчку в своём конкурентном окружении.

На третьем месте с показателем 96,2 млн расположился «Ипидакрин-СЗ», который относится к фармакотерапевтической группе «Психоаналептики, средства для лечения деменции; антихолинэстеразные средства». Данный препарат отличает выгодная цена 979,12 руб. за 50 таблеток в сравнении с другими препаратами из данной группы, средневзвешенная цена которых колеблется от 1 242,1 до 2 525,6 руб. за аналогичный объём упаковки. Ежегодно в ТОП-20 новинок розничного рынка включаются препараты отечественной компании «Северная Звезда», которая динамично развивается. Начиная с 2020-го, ассортимент продукции, выпускае-



● Декабрь 2023 г. к декабрю 2022 г. ● Декабрь 2022 г. к декабрю 2021 г. ● Декабрь 2021 г. к декабрю 2020 г.

Рисунок 16

Индекс потребительских цен в России

Таблица 7

ТОП-20 новых брендов 2023 г. на коммерческом рынке по стоимостному объёму

Рейтинг	Бренд	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Дата появления в аптеке
1	Лоротрицин-Алиум	Биннофарм Групп	260,8	Январь 2023
2	Лорангин	ПРОФИТ-ФАРМ	212,6	Апрель 2023
3	Ипидакрин-СЗ	Северная Звезда	96,2	Февраль 2023
4	Дабиксом	KRKA	76,9	Март 2023
5	Отилор	Тульская Фармацевтическая Фабрика	67,4	Январь 2023
6	Эксонорм	Рионифарм	61,9	Февраль 2023
7	Гепцифол	Фармасинтез	60,2	Март 2023
8	Энлигрия	Промомед Рус	59,7	Октябрь 2023
9	Флюковаг	Отисифарм	58,0	Март 2023
10	Когниттера	Герофарм	57,3	Май 2023
11	Инлартекс	Ниармедик Фарма	56,8	Февраль 2023
12	Энхерту	AstraZeneca	56,2	Май 2023
13	Эксенза	Фармамед (Санкт-Петербург)	54,7	Февраль 2023
14	Тромбостабил	Белфармпром Управляющая Компания Холдинга	53,4	Февраль 2023
15	Солвибене	Эркафарм	51,8	Июнь 2023
16	Блиссель	Italfarmaco	49,5	Февраль 2023
17	Сибрава	Novartis	48,8	Февраль 2023
18	Миотокс	Иннофарм	47,5	Март 2023
19	Эркалакс	Эркафарм	44,0	Январь 2023
20	Роклис	Артелар	42,6	Июнь 2023

мой данным заводом значительно пополнился. Более 70 наименований ЛП, свыше 200 ассортиментных позиций для лечения заболеваний кардиологического, урологического профилей, гастроэнтерологии, неврологии и психиатрии составляет промышленный портфель фармацевтического предприятия «Северная Звезда». Тем самым компания вносит масштабный вклад в процесс «импортонезависимости» в части готовой фармацевтической продукции, следуя задачам, заложенным в стратегии «Фарма-2030».

Препарат «Энхерту», новинка, производимая компанией AstraZeneca, – единственный представитель в МНН трастузумаб дерукстекан (оригинальный препарат), который в свою очередь, является мощным противоопухолевым средством при лечении HER2-положительного рака молочной железы с метастазами. Препарат был разработан с использованием технологической платформы, принадлежащей компании Daiichi Sankyo. В начале мая 2022 г. FDA перевёл «Энхерту» в разряд лекарственных средств для более ранней терапии. В начале августа 2022 г. американский регулятор существенно расширил спектр применимости препарата: его разрешено назначать взрослым пациентам с неоперабельным или метастатическим раком груди с низкой экспрессией HER2, либо после прохождения химиотерапии по метастатическому показанию, либо в случае развития рецидива заболевания во время поддерживающей химиотерапии или в течении 6 месяцев после её завершения.

Кроме того, стоит отметить новинку «Эксенза» от производителя «Фармамед» (Санкт-Петербург), назальный противомигренозный спрей. Данную лекарственную форму (ЛФ с подобным действием на российском рынке представлена только данным препаратом), отличает удобство применения, а также быстрота действия, что облегчает терапию

для лиц, ранее использовавших золмитриптан в таблетированной форме (например, «Мигрепан», «Зомиг» и т.д.).

Высокие объёмы продаж показывает и новый препарат от «Промомед Рус» «Энлигрия» – гипогликемическое средство – аналог глюкагоноподобного пептида-1 (ГПП-1), помогающий в лечении ожирения, в том числе и для детей от 12 лет. Ожирение представляет собой глобальную медицинскую проблему, имеющую характер пандемии и ассоциированную со значительно возрастающим риском заболеваемости и смертности. В связи с этим многие фармкомпании разрабатывают эффективные препараты для борьбы с этим недугом.

В ТОП-20 попали и «классические» препараты, спрос на которые присутствует всегда. Например, препарат от грибка ногтей «Экзонорм», венотонизирующее средство от усталости и тяжести в ногах «Роклис», слабительное средство «Эркалак» и прочие препараты. Фармацевтический рынок приходит в норму после COVID-19, поэтому идёт процесс возвращения динамики роста продаж препаратов таких категорий на прежний уровень.

Несмотря на то, что фармрынок столкнулся с рядом сложностей, в том числе из-за прекращения клинических исследований в России, которые проводились такими компаниями как Sanofi, Takeda и другими игроками бигфармы, многие компании заходят в освобождающиеся ниши (например, швейцарская AVVA Pharmaceuticals, венгерская Gedeon Richter и др.).

Следует отметить, что увеличение генериков и аналоговых препаратов на рынке замедлит рост средневзвешенной цены, но при этом рост доли препаратов отечественного производства в розничном сегменте ЛП продолжится.

3. Льготное лекарственное обеспечение

Бесплатное обеспечение жизненно важными препаратами льготных категорий граждан входит в набор социальных услуг. Объём выделяемого финансирования в 2023 г. продолжил расти (+10,9% к 2022 г.), как и увеличилась доля льготного сегмента в общем объём фармацевтического рынка ЛП с 13,5% в 2022 г. до 15,1% в 2023 г.

Финансирование лекарственного обеспечения льготных категорий граждан осуществляется из бюджетов разных уровней:

- **Федерального** – по двум программам «Обеспечение необходимыми лекарственными средствами» (ОНЛС) и «Высокозатратные нозологии» (ВЗН).
- **Регионального** – можно выделить закупку, которая регламентируется Постановлением Правительства РФ от 30 июля 1994 г. № 890 «О государственной поддержке развития медицинской промышленности и улучшении обеспечения населения и учреждений здравоохранения лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения», а также закупку орфанных препаратов, которая попадает под действие нормативно-правовых актов субъектов РФ.

Наибольший объём денежных средств федерального бюджета приходится на подпрограмму **«Высокозатратные нозологии»**. В настоящий момент в неё входит 14 нозологий, и перечень препаратов состоит из 46 МНН.

Если ранее для каждой подпрограммы действовали перечни препаратов, согласно которым осуществлялась закупка, то, начиная с 2021 г., все перечни за исключением ВЗН были упразднены. Но при этом включение в них новых препаратов затруднено. В 2022-2023 гг. по программе высокозатратных нозологий (ВЗН) не было включено ни одного лекарства из рекомендованных. С другой стороны, даже не войдя в перечень ЖНЛВП, новые препараты в целом не могут закупаться на гостендерах и входить в программу госгарантий. Заметим, что особых противоречий с законом нет: регламентируется пересмотр перечня ВЗН не реже одного раза в три года, а последние изменения были в 2021 году. Так что стоит ожидать, что в текущем году список может быть расширен. Хотя, например, предложение о включении СМА в программу ВЗН было отклонено уже в первом чтении. Первое в 2024 г. заседание комиссии Минздрава РФ по формированию перечней ЖНЛВП и ВЗН состоится 8 февраля.

На госпрограмму «14 ВЗН» в бюджете 2022 года и на плановый период 2023-2024 гг. было предусмотрено по 66,96 млрд руб. Фактически в 2023 г. объём закупок по высокозатратным нозологиям превысил показатель плана. На программу ВЗН в 2023 г. было израсходовано 85,9 млрд рублей, что на 13% больше, чем годом ранее. В натуральном выражении объём реализации составил 4,8 млн упаковок (+11,2% к 2022 г.). Несмотря на то, что часть пациентов (дети в возрасте

18 лет) «перешли» в финансирование за счёт фонда «Круг добра», тренд ежегодного увеличения затрат на ВЗН сохраняется.

«Обеспечение необходимыми лекарственными средствами» (ОНЛС) регламентируется Федеральным законом от 17 июля 1999 г. № 178-ФЗ «О государственной социальной помощи» и распространяется на 9 категорий граждан: инвалиды, дети-инвалиды, инвалиды войны, участники ВОВ, ветераны боевых действий и др.

Норматив затрат на социальную помощь для льготников в последнее время индексируют каждый год. С 2023 года правительство изменило подход к его формированию; в результате норматив теперь увеличивается пропорционально росту потребительских цен – соответственно, в 2023 году на уровень потребительской инфляции 2022 года (11,9%). С 1 февраля 2023 г. объём компенсации стал больше на 119,9 руб. и составил 1 127,8 руб. (Постановление Правительства от 20.04.2023 г. № 629). В 2024 г. увеличение планируется на 7,4%.

Средства выделяют для закупки медицинских изделий и лекарственных препаратов

для льготников и специализированного питания для детей с инвалидностью. В декабре 2022 г. Правительство России приняло решение расширить перечень продуктов лечебного питания для детей с инвалидностью до 103 позиций. В июне 2023 г. правительство внесло изменения в Правила формирования перечня специализированных продуктов лечебного питания для детей-инвалидов. Согласно постановлению, обновлять список могут теперь дважды в год, а не один раз, как это было ранее. В декабре 2023 г. список расширился до 111 наименований.

Лечебное питание и импортозамещение в его производстве – одно из приоритетных направлений развития фармотрасли. Поэтому летом 2023 г. правительство включило компании, занимающиеся лечебным и энтеральным питанием для пациентов с орфанными и другими тяжёлыми заболеваниями, в перечень компаний, которые имеют право на инвестиционный льготный займ.

В связи с индексацией норматива ежемесячных затрат на социальную помощь для льготных групп населения правительство РФ дополнительно выделило из фед-

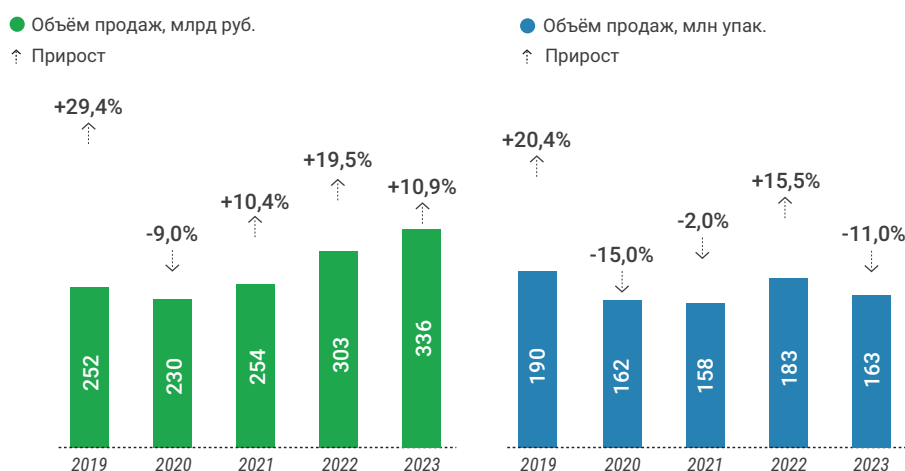


Рисунок 17

Динамика программы ЛЛО, 2019-2023 гг.

бюджета 1,5 млрд рублей. Всего в 2023 г. на обеспечение льготников бесплатными лекарствами, медизделиями и лечебным питанием в федеральном бюджете было предусмотрено более 48,2 млрд рублей. В 2024 г. объём финансирования вырастет до 57,9 млрд руб.

Итоговая сумма закупок ЛП по программе ОНЛС в 2023 г. составила 49,1 млрд рублей (+11,6%). В натуральном выражении отмечено снижение числа приобретённых упаковок на 10,4% относительно 2022 г., ёмкость сегмента в итоге составила 54,3 млн упаковок.

Территориальные льготные программы регламентируются законами субъектов РФ. По оценкам компании DSM Group, объём **региональной программы** сопоставим с федеральной, а в последние 4 года даже превышает её. Региональный сегмент также растёт в большей мере за счёт увеличения финансирования орфанных заболеваний.

Это происходит в том числе и за счёт того, что на федеральном уровне пациенты с льготами выбирают денежную выплату вместо натуральной компенсации.

Но при этом, оставаясь «региональными» льготниками, должны получать дорогостоящие лекарства. Данная проблема периодически поднимается на уровне правительства с предложением перевести затраты на терапию редких заболеваний на федеральный уровень. В 2023 г. было две таких инициативы, но обе были отклонены с аргументацией об отсутствии источника дополнительных средств.

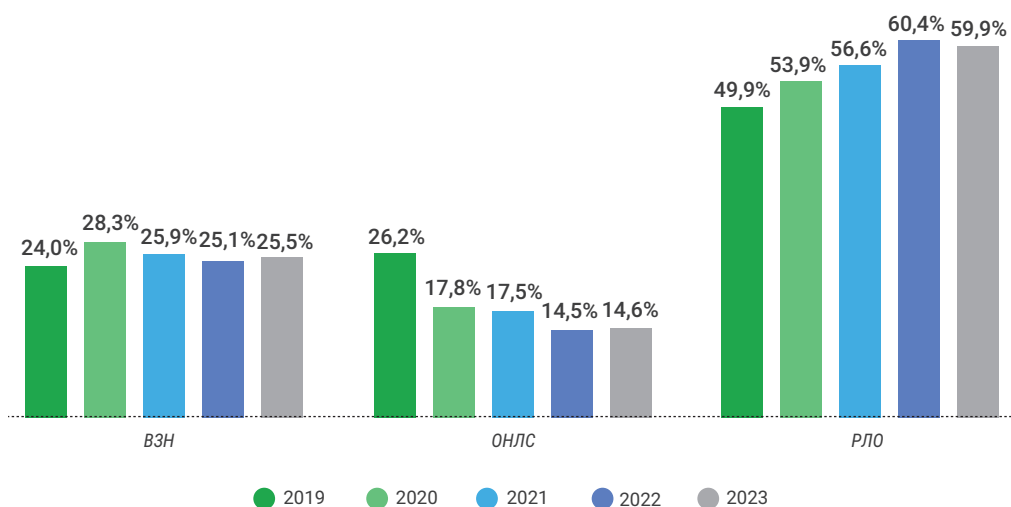
В 2023 г. по РЛО было приобретено лекарств на 201,3 млрд рублей (+9,9% относительно 2022 г.), что составляет 103,7 млн упаковок (-12,2%).

Совокупно объём закупок лекарственных препаратов для льготных категорий граждан по итогам 2023 г. составил 162,8 млн упак. на сумму 336,4 млрд руб. В денежном эквиваленте показатель ёмкости льготного сегмента фармрынка увеличился на 10,9% по сравнению с 2022 г. Объём упаковок, наоборот, уменьшился на 11%. Аналитические данные отражают факты оплаты и поставки исполненных в 2023 г. контрактов.

Если рассматривать отдельно льготные программы, то можно отметить, что наблю-

Рисунок 18

Соотношение затрат по программам ВЗН, ОНЛС и РЛО в общем объёме потраченных средств в сегменте ЛЛО, 2019-2023 гг.



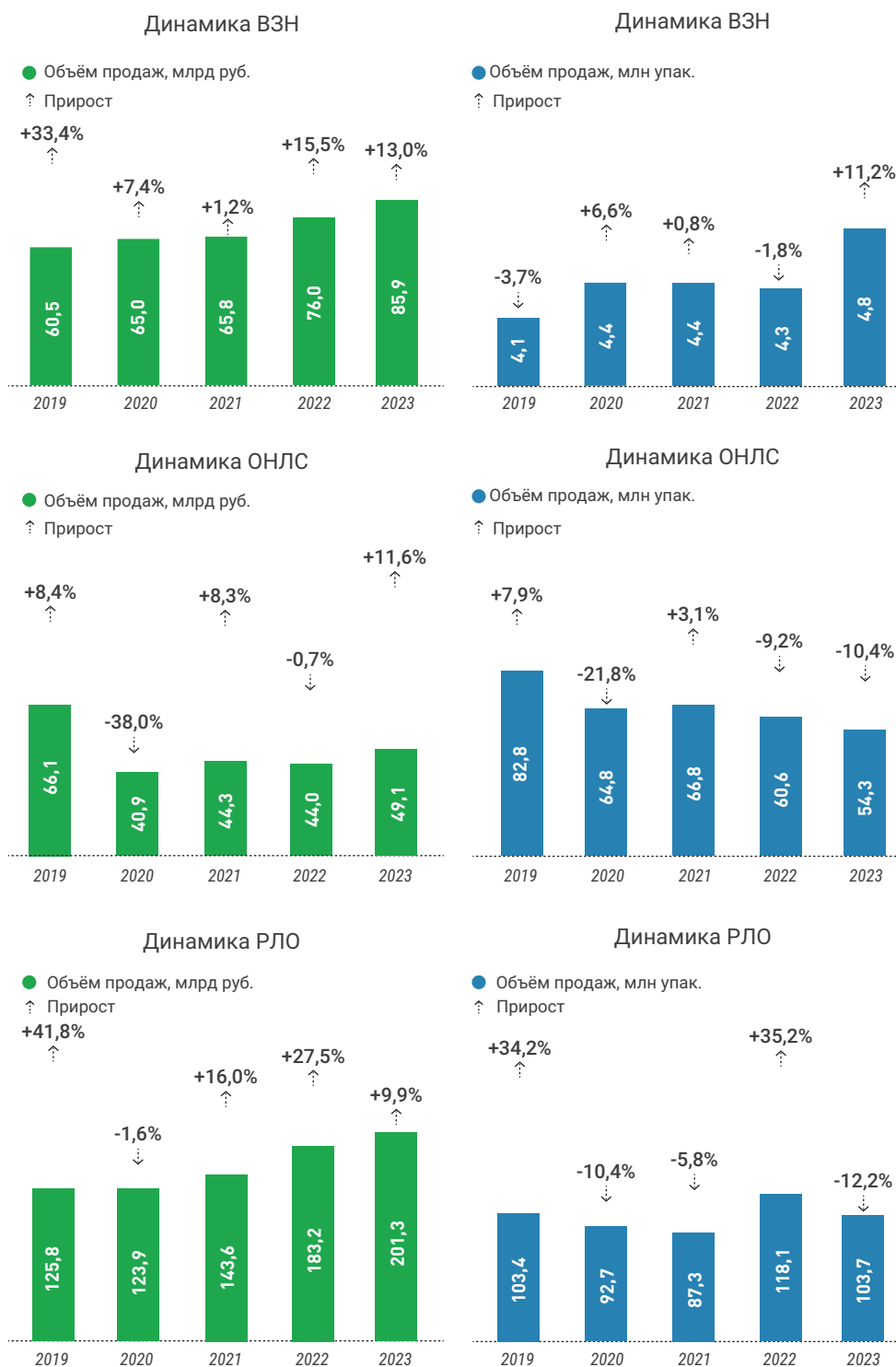


Рисунок 19

Динамика затрат по льготным программам, 2019-2023 гг.

дается тенденция изменения рынка в сторону роста доли региональной льготы – сейчас на неё приходится уже 59,9% от объёма финансирования всего льготного сегмента. Доли ВЗН и ОНЛС в 2023 г. составили 25,5% и 14,6% соответственно.

С целью более качественного контроля за обращением льготных препаратов эта категория попала в список для дополнительного учёта с помощью выписанных рецептов. С 1 сентября 2023 г. при отпуске такого препарата в аптеке в систему МДЛП необходимо вносить дополнительно информацию о дате, серии и номере рецепта. Это позволит связать рецепт, который получил человек, с конкретной упаковкой препарата, который ему продали в аптеке.

О возможной трансформации системы льготного обеспечения речь идёт уже довольно давно. Одним из обсуждаемых проектов является система соплатежей, которая позволила бы пациенту при желании взять более дорогой аналог лекарственного препарата с другим торговым наименованием, доплатив до его фактической стоимости из собственных средств. Планировалось, что с 2023 г. запустят

возможность получения выписываемых лекарственных препаратов по «льготе» с помощью электронного сертификата в коммерческих аптеках. Но пока запуск такой системы отложен до 2025 г., так как законодательно до конца не проработаны механизмы компенсации аптекам стоимости рецепта.

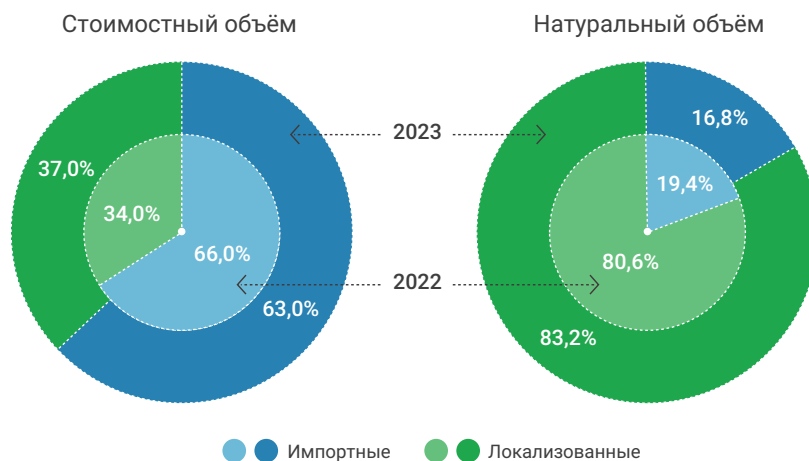
Соотношение импортных и локализованных ЛП в ЛЛО

По программам ЛЛО в большей мере закупается оригинальные дорогостоящие препараты, которые чаще всего являются импортными. В 2023 г. можно наблюдать увеличение доли локализованных лекарств в общих закупках на 3% до 37% в рублях по итогам года. В натуральном выражении структура закупок также изменилась в пользу препаратов, произведённых на территории России: за год их вес вырос с 80,6% до 83,2% (рис. 20).

В абсолютных значениях объём потребления локализованных препаратов вырос на 20,8% в рублях, но снизился на 8,2% в упаковках. Затраты на закупку импортных препаратов также были выше уровня 2022 г.

Рисунок 20

Соотношение закупок импортных и локализованных ЛП в 2023 г.



на 5,9% в деньгах, а вот объём закупленных пачек, наоборот, сократился на 22,9%.

Таким образом, соотношение между локализованными и импортными препаратами в денежном выражении сохранилось в пользу препаратов, завезённых из-за границы. В 2023 г. 63% стоимостного объёма пришлось на них и только 37% – на лекарства, производимые в России.

Без учёта импортных препаратов, произведённых на территории России, доля отечественных лекарственных средств составила бы только 28,6% в рублях. Таким образом, «локализация» поднимает этот показатель на 8,4%.

Стоимость локализованных ЛП, по данным за 2023 г., была на уровне 919,7 руб., тогда как импортные стоили в среднем 7 737,8 руб.

Соотношение продаж импортных и локализованных ЛП по программам «14 нозологий», ОНЛС, РЛО представлено на рис. 21.

В части ЛЛО, соответствующей высокозатратным нозологиям, доля локализованных препаратов в рублях выросла на 2,1%

относительно уровня 2022 г. и составила 34,5%. Именно в этом сегменте самая большая доля импортных препаратов в упаковках (54,8%), которая за год увеличилась на 3,3%.

По программе ОНЛС доля импортных препаратов увеличилась менее, чем на 1%, и составила порядка 53,6% в деньгах. В упаковках локализованные лекарства заняли 86,2% рынка (в 2022 г. данный показатель был несколько ниже – 84%).

В региональной льготе в деньгах преобладают импортные препараты (64,1%), при этом их доля существенно сократилась – на 4,2% при сравнении с прошлым годом. В упаковках локализованные лекарства занимают 83,4% (+3,3% к 2022 г.).

Ниже приведена таблица ТОП-10 МНН (из ТОП-100 по объёму в рублях), по которым произошло заметное «переключение» с импортных препаратов на локализованные.

Большинство МНН, которые вошли в рейтинг по росту доли препаратов, произведённых на территории России, в 2022 г. уже были представлены преимущественно ло-

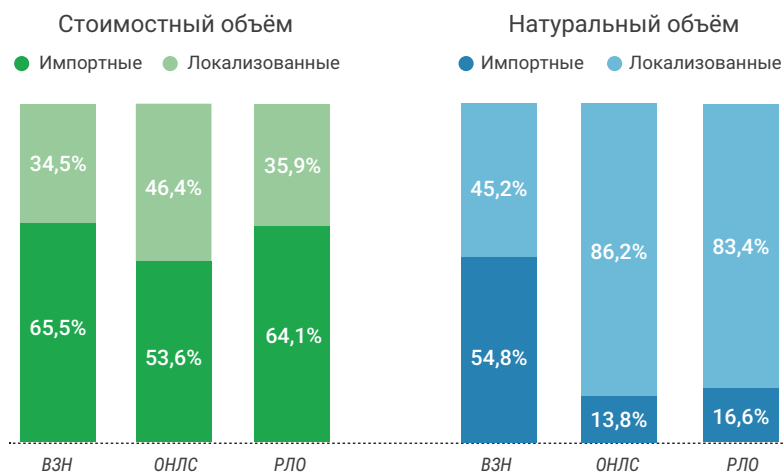


Рисунок 21

Соотношение закупок импортных и локализованных ЛП по подпрограммам в 2023 г.

Таблица 8

ТОП-10 МНН по
«импортозамещению»
в 2023 г.

МНН	Доля локализованных ЛП в руб.		Рост доли	Препарат-лидер в 2022 г. (производитель)	Препарат «переключения» в 2023 г. (производитель)
	2022	2023			
Леналидомид	1,1%	100,0%	+98,9%	Ревлимид (Swixx Biopharma)	Миеланикс (Фарм-Синтез)
Элтромбопаг	4,0%	33,9%	+29,9%	Револейд (GlaxoSmithKline)	Элтромбопаг (29 Февраля)
Адалимумаб	48,2%	72,6%	+24,5%	Хумира (AbbVie)	Эксэмптия (Рус Биофарм) Далибра (Биокад)
Сунитиниб	69,7%	88,6%	+18,9%	Сунитиниб (Натива/Спектр)	Сунитиниб (Репарт)
Беклометазон + Формотерол	31,1%	49,9%	+18,8%	Фостер (Chiesi Farmaceutici)	Респикомб Эйр (Рус Биофарм)
Эверолимус	75,4%	89,2%	+13,8%	Николимус (Фармасинтез)	Амеверол (Амедарт)
Инсулин аспарт	57,7%	71,2%	+13,6%	Фиасп (Novo Nordisk)	Ринфаст (Герофарм)
Инсулин лизпро	70,1%	83,3%	+13,2%	РинЛиз (Герофарм)	РинЛиз (Герофарм)
Инсулин растворимый человеческий генно-инженерный	80,0%	91,8%	+11,8%	Ринсулин (Герофарм)	Ринсулин (Герофарм)
Салметерол + Флутиказон	82,4%	93,0%	+10,7%	Респисальф (Рус Биофарм)	Респисальф (Рус Биофарм)

кализованными лекарствами (выделены зелёным цветом). То есть внутри данных МНН в прошлом году российские препараты уже лидировали по объёму закупок. Исключение составил препарат инсулин аспарт – в 2022 г. всё ещё наибольший объём занимал бренд «Фиасп» датской фарм-компании Novo Nordisk.

Второй год подряд в рейтинг попадают препараты: эверолимус с увеличением доли локализованных ЛП в размере 13,8% и сунитиниб (+18,9%).

В рейтинг вошли лекарства следующих терапевтических групп: новообразования (сунитиниб, эверолимус, леналидомид); заболевания иммунной системы, такие как ревматоидный артрит и псориаз (адалимумаб); сахарный диабет (инсулин аспарт, инсулин лизпро, инсулин растворимый человеческий генно-инженерный); аутоиммунные гематологические заболевания (эльтромбопаг); обструктивные заболевания дыхательных путей (беклометазон + формотерол, салметерол + флутиказон).

Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска в ЛЛО

Программа ЛЛО преимущественно представлена Rx-препаратами, которые выписываются врачом строго в соответствии с показаниями к применению.

В 2023 г. доля лекарственных средств рецептурного отпуска составила в стоимостном объёме 99,2% (практически не изменилась относительно 2022 г.), в натуральном – 92,9% (+0,9%).

Структура продаж ЛП по АТС-группам в ЛЛО

Соотношение закупок ЛП по программе ЛЛО по АТС-группам I уровня в России в 2023 г. представлено в табл. 9.

Рейтинг АТС-групп по объёмам реализации в соответствии с программой ЛЛО довольно стабилен. В стоимостном объёме рынок достаточно высоко концентрирован – первые три АТС-группы занимают 78,3% рынка.

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются основной статьёй финансирования программы ЛЛО. В 2023 г. на их закупку было потрачено порядка 43,1% от общего объёма государственного финансирования. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ЛЛО – средняя взвешенная цена за упаковку составила 15 939,5 руб. Затраты на закупку данных средств относительно 2022 г. выросли в рублях на 5,3%. При этом объём закупленных упаковок сократился на 8%. В 2023 г. лидером группы стал отечественный бренд «Элизария» (МНН экулизумаб) производства «Генериум» с долей 9,5%, объём закупки иммунодепрессивного препарата вырос на 12,7%. На втором и третьем месте расположились препарат для терапии рассеянного склероза «Окревус» (МНН окрелизумаб) от фирмы F.Hoffmann-La Roche и антиандрогенный препарат с противоопухолевой активностью «Кстанди» (МНН энзалутамид) корпорации Astellas Pharma. Лекарственные средства занимают примерно 5,1% и 4,6% соответственно от стоимостного объёма реализации группы [L].

Таблица 9

Структура закупок
ЛП по АТС-группам
на рынке ЛЛО
в 2023 г.

АТС-группы I уровня	Стоимостный объём закупок, млн руб.	Доля группы в стоимостном объёме	Натуральный объём закупок, млн упак.	Доля группы в натуральном объёме
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	144 953,7	43,1%	9,1	5,6%
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	63 078,0	18,8%	59,6	36,6%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	55 282,7	16,4%	11,3	6,9%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	15 656,4	4,7%	9,8	6,0%
[J] Противомикробные препараты для системного использования	13 629,0	4,1%	2,5	1,5%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	12 478,5	3,7%	16,7	10,3%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	10 748,6	3,2%	2,2	1,4%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	9 516,8	2,8%	46,5	28,6%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	5 245,8	1,6%	1,4	0,9%
[V] Прочие препараты	3 125,0	0,9%	0,9	0,5%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	977,8	0,3%	0,2	0,1%
Препараты без указания АТС-группы	788,2	0,2%	0,1	0,0%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	530,5	0,2%	0,7	0,5%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	326,2	0,1%	1,7	1,1%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	22,8	0,0%	0,1	0,0%

Объём АТС-группы, расположенной на втором месте, меньше чем у лидера вдвое. В 2023 г. это место принадлежит группе [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 18,8% в руб.). Относительно предыдущего года было отпущено препаратов группы меньше на 2,1% в упаковках. Вместе с тем, объём израсходованных средств увеличился на 7,8% в рублях. Порядка 76,5% этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета [А10]. В 2023 г. лидером этой подгруппы по стоимостному объёму продаж стал препарат «Форсига» (МНН дапаглифлозин) производства компании AstraZeneca. Препарат компании Sanofi «Туджео СолоСтар» (МНН инсулин гларгин) и корпорации Boehringer Ingelheim «Джардинс» (МНН эмпаглифлозин) заняли 2 и 3-ю строчки соответственно.

На третьем месте в рейтинге находятся препараты, влияющие на кроветворение и кровь (16,4%). В 2023 г. группа [В] выросла в объёме на 18,3% в стоимостном выражении. В упаковках закупки снизились на 1,9%. Ключевыми препаратами в группе по ито-

гам года стали гемостатики «Гемлибра» и «Адвейт», антикоагулянтное средство «Ксарелто».

В структуре ЛЛО пятёрку лидеров по АТС-группам в 2023 г. возглавила группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы». Доля 5 ключевых групп в стоимостном объёме уменьшилась на 1,4% и составила порядка 87%. Наибольшим приростом продаж отметились группы [J] и [B], вес которых за год также заметно увеличился на 0,5% и на 1% соответственно. Противомикробные препараты системного действия реализуются преимущественно в РЛО, а лекарства, влияющие на кроветворение и кровь, – в программах ВЗН и РЛО.

Интересно посмотреть, сколько средств расходуется по программе ЛЛО на лечение основных групп заболеваний. С этой целью препараты были соотнесены с показаниями к назначению. В результате получился следующий рейтинг затрат в ЛЛО по заболеваниям (табл. 10).

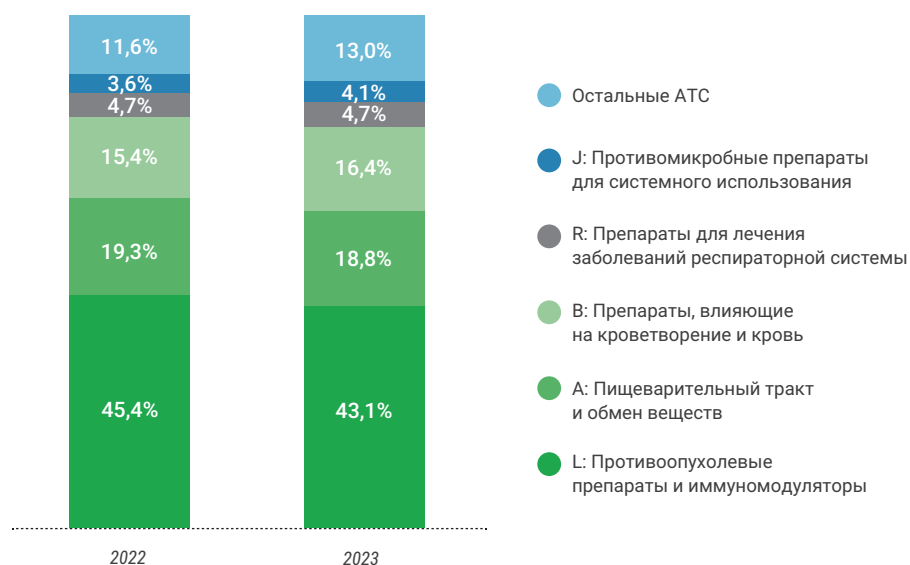


Рисунок 22

Соотношение стоимостного объёма закупок АТС-групп в программе ЛЛО в 2023 г.

Таблица 10

Рейтинг затрат в ЛЛО
по заболеваниям
в стоимостном
выражении в 2023 г.

Заболевание	Объём закупок, млн руб.	Прирост к 2022	Доля		
			ВЗН	ОНЛС	РЛО
Онкологические заболевания	85 498	12,9%	14,7%	9,9%	75,4%
Заболевания иммунной системы	59 504	-4,2%	57,9%	8,9%	33,2%
Заболевания крови и органов кроветворения	54 508	16,8%	55,6%	11,9%	32,4%
Сахарный диабет	49 828	10,4%	-	19,2%	80,8%
Заболевания органов дыхания	15 656	10,8%	10,8%	18,4%	70,8%
Заболевания пищеварительной системы	14 511	-3,7%	45,9%	13,3%	40,8%
Заболевания, вызванные различными инфекционными агентами	13 639	26,2%	-	14,7%	85,3%
Заболевания нервной системы	12 478	36,0%	-	29,4%	70,6%
Заболевания костно-мышечной системы	10 749	60,8%	-	16,4%	83,6%
Заболевания сердечно-сосудистой системы	7 932	14,7%	-	37,4%	62,6%
Прочее	5 262	14,1%	-	32,1%	67,9%
Заболевания, связанные с гормональными нарушениями	5 246	6,1%	4,1%	41,2%	54,6%
Заболевания кожи	978	16,3%	-	17,7%	82,3%
Заболевания органов зрения	319	-12,4%	-	16,4%	83,6%
Заболевания репродуктивной системы мужчин и женщин	252	315,8%	-	9,4%	90,6%

Несколько лет подряд первую строчку занимают препараты для терапии злокачественных новообразований, так как онкологическое направление стало приоритетным в последнее время. На долю лидера пришлось 25,4% от стоимостного объёма закупок всего сегмента ЛЛО. 75,4% лекарств отпускается по программе РЛО. В 2023 г. данная группа продемонстрировала положительный прирост на 12,9% по отношению к предыдущему периоду.

Препараты для лечения заболеваний иммунной системы расположились на второй строчке в рейтинге и показали снижение закупок на 4,2%. Основной объём затрат приходится на сегмент ВЗН (доля 57,9%).

Третье место в 2023 г. заняли препараты для лечения заболеваний крови и органов кроветворения, которые в основном отпускались по программе «14 нозологий» (доля 55,6% в рублях). Эта группа показала самый значительный прирост в ТОП-3 (+16,8% относительно прошлого года).

По приросту закупок стоит выделить две группы. Группа препаратов для терапии заболеваний репродуктивной системы мужчин и женщин (+315,8%) выросла значительно прочим благодаря увеличению закупок фолликулостимулирующего средства «Гонал-Ф» (+11310,5%), который назначается женщинам при ановуляции (вкл. синдром поликистозных яичников), при контролируемой овариальной гиперстимуляции в программах ВРТ (вспомогательных репродуктивных технологий), при овариальной стимуляции в случае тяжёлого дефицита ФСГ и ЛГ, а также мужчинам для стимуляции сперматогенеза при гипогонадотропном гипогонадизме; и гестагена «Утрожестан» (+2899,4%), кото-

рый показан женщинам в прогестерондефицитных состояниях: угрожающий аборт или предупреждение привычного аборта вследствие недостаточности прогестерона, бесплодие вследствие лютеиновой недостаточности, ПМС, нарушения менструального цикла вследствие нарушения овуляции или ановуляции, фиброзно-кистозная мастопатия; период менопаузального перехода, менопаузальная (заместительная) гормональная терапия (МГТ) в пери- и постменопаузе. В большей мере эти бренды закупаются через региональный льготный сегмент.

Закупки препаратов для лечения патологий костно-мышечной системы выросли за год на 60,8%. Ключевые марки в группе – препараты «Эврисди» (+75,7%) и «Спинраза» (+95,8%) для лечения пациентов с СМА.

Производители в сегменте ЛЛО

В табл. 11 представлены ТОП-20 производителей, лидирующих по стоимостному объёму потребления в программе ЛЛО в 2023 г.

В 2023 г. по программе льготного лекарственного обеспечения закупались препараты у 455 производителей. Причём в ВЗН участвуют только 37 компаний, в ОНЛС – 251, а в региональной льготе закупаются препараты 451 предприятия. Такая картина складывается по причине того, что списки препаратов в ВЗН законодательно регламентируются, а в остальной части льготы соответствуют потребностям каждого пациента.

Рейтинг заметно изменился – только 4 компании смогли сохранить позиции прошлого года. Остальные переместились на новые

Таблица 11

ТОП-20
производителей ЛП
по потреблению
ЛЛО в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	-	Johnson & Johnson	23 610	7,0%	6,1%
2	+3	F.Hoffmann-La Roche	23 409	7,0%	46,8%
3	-1	Генериум	22 574	6,7%	10,4%
4	-1	Novartis	21 534	6,4%	19,5%
5	-1	AstraZeneca	19 756	5,9%	20,0%
6	-	Sanofi	14 995	4,5%	8,9%
7	+1	Pfizer	10 260	3,1%	-7,3%
8	+7	Astellas Pharma	9 275	2,8%	25,4%
9	+1	Novo Nordisk	9 010	2,7%	-8,2%
10	-1	Биокад	8 830	2,6%	-12,0%
11	-	Boehringer Ingelheim	8 796	2,6%	-1,0%
12	+1	Baxter International	8 226	2,4%	1,2%
13	+1	Takeda	7 865	2,3%	-2,6%
14	+3	Фармасинтез	7 532	2,2%	35,3%
15	-3	Bayer	7 116	2,1%	-18,5%
16	+6	Рус Биофарм	7 013	2,1%	74,3%
17	-1	GlaxoSmithKline	6 902	2,1%	-6,1%
18	+3	Герофарм	5 821	1,7%	37,2%
19	-1	AbbVie	4 985	1,5%	-6,1%
20	-	Фармстандарт	4 962	1,5%	7,5%

строчки. В 2023 г. первое место за собой сохранила компания Johnson & Johnson с долей 7%, объём реализации которой вырос на 6,1% за год. Номенклатурный ряд препаратов, закупаемых по льготным программам, включал в себя 31 бренд. Реализация 7 из 10 ключевых марок компании выросла. Наибольшим увеличением закупок отметились нейролептик «Тревикта» (+98% относительно 2022 г.), противоопухолевое средство – антиандроген «Эрлеада» (+84,1%) и антиагрегантное средство «Апбрави» (+31,9%). При этом закупки ингибитора протеинтирозинкиназы «Имбрувика» (-21,1%) и антипсихотического средства «Рисполепт» (-19,6%) снизились в большей мере.

За счёт прироста закупок на 46,8% на вторую строчку поднялась компания F.Hoffmann-La Roche (доля 7% в руб. от льготных лекарств). Практически все препараты в ассортименте производителя оригинальные. Всего государство закупает у компании порядка 31 бренда ЛП. Рост продаж произошёл в первую очередь за счёт увеличения закупок моноклональных антител «Энспринг» (+295,7% к 2022 г.), средства лечения рассеянного склероза «Окревус» (+78,2%) и генотерапевтического препарата при СМА «Эврисди» (+75,7%). Негативную динамику показали противоопухолевые средства «Эриведж» (-52,3%), «Алеценза» (-22,8%) и «Котеллик» (-11,1%).

Третья строчка в 2023 г. досталась российской корпорации «Генериум» с долей 6,7%. Объём реализации производителя за год вырос на 10,4%. Число закупленных препаратов фирмы увеличилось с 9 до 11 брендов. В большей мере вырос спрос на основные продукты компании: гемостатическое средство «Октофактор» (+107,5% по отно-

шению к 2022 г.), муколитическое средство «Тигераза» (+17,5%), иммунодепрессивное средство «Элизария» (+12,7%). Однако закупки упали у препарата для диагностики туберкулёза «Диаскинтест» (-62,6%), гемостатика «Коагил» (-49,6%) и цитокина «Инфибета» (-38,1%). В 2023 г. портфель Генериума пополнился новинкой – препаратом «Стимплейт», содержащим действующее вещество ромиплостим, которое относится к группе средств, останавливающих кровотечение. «Стимплейт» показан при ИТП (идиопатической тромбоцитопенической пурпуре).

Самым заметным перемещением по рейтингу отметились производители Astellas Pharma (+7 строчек; +25,4% к 2022 г.) и «Рус Биофарм» (+6 строчек; +74,3%).

Портфель Astellas Pharma включает всего 16 брендов. Существенный прирост относительно предыдущего года показали: спазмолитическое средство «Бетмига» (+52669,3%), которое применяется в качестве симптоматического лечения недержания мочи, учащённого мочеиспускания и/или ургентных позывов у пациентов с синдромом гиперактивного мочевого пузыря (ГМП); ингибитор протеинкиназы «Ксоспата» (+299,5%); антибиотик-макролид «Вильпрафен» (+224,8%).

По льготным программам закупается порядка 33 брендов отечественного производителя «Рус Биофарм». Прирост закупок на 74,3% фирме обеспечили иммунодепрессант «Эксэмптия» (+2888,9%), гемостатик «Ариосэвен» (+1366,8%), противовирусный препарат «Валганцикловир» (+401,2%).

В 2023 г. шесть российских производителей вошли в ТОП-20 по стоимостному объёму

Таблица 12

ТОП-20
производителей ЛП
по объёму закупок
в сегменте ЛЛО
в соответствии
с программами ВЗН,
ОНЛС, РЛО в 2023 г.

Рейтинг	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Производитель	Объём закупок, млн руб.
1	Генериум	15 375	Novartis	3 931	AstraZeneca	17 047
2	F.Hoffmann-La Roche	14 426	Bayer	2 719	Novartis	15 368
3	Johnson & Johnson	10 875	AstraZeneca	2 709	Sanofi	11 411
4	Baxter	7 169	Sanofi	2 532	Johnson & Johnson	10 885
5	Биокад	4 524	Boehringer Ingelheim	2 435	Pfizer	8 417
6	Takeda	4 507	Novo Nordisk	2 238	F.Hoffmann-La Roche	7 653
7	Octapharma	4 308	Johnson & Johnson	1 849	Генериум	7 032
8	Merck KGAA	2 864	Pfizer	1 830	Astellas Pharma	6 807
9	Swedish Orphan Biovitrum	2 741	Рус Биофарм	1 646	Novo Nordisk	6 772
10	Novartis	2 234	Фармстандарт	1 456	Boehringer Ingelheim	6 360
11	Фарм-Синтез	1 896	Фармасинтез	1 424	GlaxoSmithKline	6 276
12	Catalent	1 527	Герофарм	1 366	Фармасинтез	5 353
13	CSL Behring	1 518	F.Hoffmann-La Roche	1 330	Герофарм	4 455
14	Kedrion	1 503	Astellas Pharma	1 102	Bayer	4 397
15	Astellas Pharma	1 367	ГК Протек	1 059	Рус Биофарм	4 390
16	Cinnagen	1 228	Ipsen	1 054	AbbVie	4 071
17	Sanofi	1 052	Канонфарма Продакшн	942	Amgen	3 750
18	Рус Биофарм	977	Биокад	926	Biogen	3 586
19	Р-Фарм	916	AbbVie	894	Биокад	3 379
20	ГК Протек	900	Озон	830	Vertex Pharmaceuticals	3 335

реализации благодаря программе импортозамещения.

В табл. 12 приведён рейтинг производителей, участвующих в программе «14 нозологий», ОНЛС и РЛО.

Отечественная компания «Генериум» вышла на первую позицию в программе «14 нозологий», а в программах ОНЛС и РЛО лидируют иностранные компании Novartis и AstraZeneca. В каждой из подпрограмм присутствует несколько отечественных производителей, наибольшее количество российских компаний представлено в ТОП-20 в сегментах ОНЛС (8 компаний) и ВЗН (6 компаний). В РЛО пять отечественных производителей вошли в двадчатку лидеров.

Препараты сегмента ЛЛО

В табл. 13 представлены ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостному объёму закупок по программе ЛЛО в 2023 г. Доля ТОП-20 брендов в 2023 г. составила 30,4% от стоимостного объёма, что на 0,6% меньше, чем годом ранее.

Рейтинг препаратов за год изменился более существенно, чем «двадчатка» ведущих компаний. Свои позиции в рейтинге удержали только два препарата – возглавляющая топ «Элизария» и замыкающий «Тагриссо».

Первую позицию удерживает иммунодепрессивное средство «Элизария» (+12,7% относительно 2022 г.) производства российской корпорации «Генериум», который появился на рынке 4 года назад. На вторую и третью строчки поднялись препараты компании F.Hoffmann-La Roche: средство лечения рассеянного склероза «Окревус» (+78,2% и +9 мест) и гемостатический препарат «Гемлибра» (+49,1% и +5 мест).

Самыми представленными в рейтинге препаратов стали иностранные компании F.Hoffmann-La Roche, AstraZeneca, Johnson & Johnson и Novartis, в ТОП-20 вошло по 3 бренда данных производителей.

Таким образом, в 2023 г. рейтинг затронули глобальные перестановки. Четыре препарата первой двадчатки – новички, которые заметнее всех продвинулись в рейтинге вверх:

- препарат «Октофактор» (+21 строчка) компании «Генериум» для лечения пациентов с гемофилией А;
- генотерапевтические препараты «Спинраза» (+19 мест) производства Biogen и «Эврисди» (+16 мест) от F.Hoffmann-La Roche, применяемые при спинальной мышечной атрофии;
- противоопухолевое средство – ингибитор протеинтирозинкиназы «Джакави» (+10 мест) производства Novartis.

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 составила 10 556 руб./упак. Самым дорогостоящим препаратом стал раствор для интратекального введения «Спинраза» для лечения пациентов с СМА, средневзвешенная стоимость которого составляет порядка 5,7 млн рублей за упаковку. Пероральный гипогликемический препарат «Галвус», наоборот, оказался самым «дешёвым» брендом «двадчатки» лидеров (1 526 руб.).

Половина ведущих препаратов относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (10 брендов). Далее по представленности в рейтинге идут препараты, относящиеся к группам «пищеварительный тракт и обмен веществ» и «препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (по 4 бренда у каждой группы). Третье место по данному показателю за-

Таблица 13

ТОП-20 брендов по стоимостному объёму закупок в ЛЛО в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	Бренд	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	-	Элизария	Генериум	13 814	4,1%	12,7%
2	+9	Окревус	F.Hoffmann-La Roche	7 401	2,2%	78,2%
3	+5	Гемлибра	F.Hoffmann-La Roche	6 804	2,0%	49,1%
4	+6	Форсига	AstraZeneca	6 728	2,0%	54,8%
5	+1	Кстанди	Astellas Pharma	6 672	2,0%	27,9%
6	-1	Туджео СолоСтар	Sanofi	5 926	1,8%	2,4%
7	+2	Дарзалекс	Johnson & Johnson	5 233	1,6%	14,8%
8	+7	Адвейт	Baxter	5 006	1,5%	53,4%
9	-6	Имбрувика	Johnson & Johnson	4 708	1,4%	-21,1%
10	+3	Джардинс	Boehringer Ingelheim	4 015	1,2%	20,1%
11	-7	Ксарелто	Bayer	3 938	1,2%	-32,1%
12	+16	Эврисди	F.Hoffmann-La Roche	3 922	1,2%	75,7%
13	+19	Спинраза	Biogen	3 813	1,1%	95,8%
14	+10	Джакави	Novartis	3 605	1,1%	35,2%
15	-8	Линпарза	AstraZeneca	3 597	1,1%	-24,8%
16	+3	Галвус	Novartis	3 582	1,1%	28,1%
17	+21	Октофактор	Генериум	3 453	1,0%	107,5%
18	-1	Тизабри	Johnson & Johnson	3 402	1,0%	12,3%
19	-3	Рисарг	Novartis	3 321	1,0%	9,1%
20	-	Тагриссо	AstraZeneca	3 248	1,0%	17,1%

Таблица 14

ТОП-20 брендов по объёму закупок в сегменте ЛЛО в соответствии с программами ВЗН, ОНЛС, РЛО в 2023 г.

Рейтинг	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Бренд	Объём закупок, млн руб.
1	Окревус	7 312	Ксарелто	2 100	Элизария	6 730
2	Элизария	6 931	Туджео СолоСтар	1 267	Форсига	5 728
3	Гемлибра	6 746	Форсига	1 000	Кстанди	5 720
4	Дарзалекс	5 015	Кстанди	952	Туджео СолоСтар	4 660
5	Адвейт	5 004	Юперิโอ	879	Имбрувика	4 280
6	Октофактор	3 452	Левемир	763	Спинраза	3 586
7	Тизабри	3 399	Эликвис	755	Эврисди	3 561
8	Мавенклад	2 864	Тресиба	712	Джардинс	3 389
9	Элоктейт	2 741	Варгатеф	708	Линпарза	3 223
10	Элапраза	2 645	Эральфон	693	Галвус	3 197
11	Плегриди	2 461	Джардинс	626	Рисарг	3 096
12	Иларис	1 951	Октреотид	544	Джакави	3 089
13	Миеланикс	1 896	Брилинта	517	Тагриссо	2 877
14	Ацеллбия	1 825	Джакави	516	Итулси	2 784
15	Вилате	1 793	Ринфаст	509	Тафинлар	2 606
16	Тигераза	1 694	Респифорб	463	Энплейт	2 424
17	Нинларо	1 528	Адемпас	454	Левемир	2 135
18	Наглазим	1 527	Кетостерил	443	Кабометикс	1 952
19	Нувик	1 474	Апидра	442	Такзайро	1 936
20	Адваграф	1 367	Мирцера	436	Венклекста	1 864

нимает группа [М] «Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы» с двумя торговыми марками.

Подавляющая часть препаратов рейтинга (12 брендов) — это лекарства, преимущественно отпускаемые по региональной льготной программе. Принадлежность к РЛО не исключает отпуск лекарств по ВЗН или ОНЛС. Именно поэтому рейтинги ведущих брендов по сегментам пересекаются.

Ценовая сегментация в ЛЛО

В 2023 г. средняя стоимость упаковки по программе ЛЛО за год стала выше на 24,7% и составила более 2 тыс. руб. Если говорить в разрезе подпрограмм, то в ВЗН самые дорогостоящие лекарственные препараты: в среднем одна упаковка закупается государством по 17,9 тыс. руб. Вместе с тем, относительно 2022 г. цена в подпрограмме высокочатратных нозологий увеличилась менее заметно, чем по другим сегментам рынка льготного лекарственного обеспечения, — всего на 1,6%. В региональной льготе цена стала выше на 25,2% и составила 1 941 руб. «Дешевле» всего закупают препараты по программе ОНЛС — по 904 руб. (+24,5% к 2022 г.).

Структура потребления лекарственных средств по программе ЛЛО представлена на рис. 23.

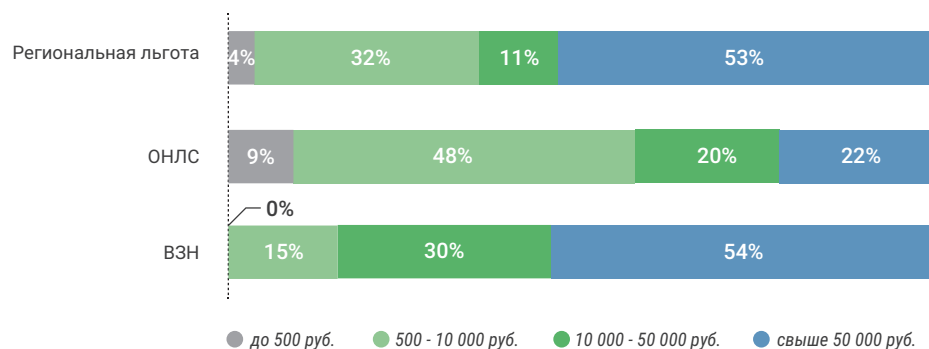
В программе ВЗН самый значительный прирост закупок показали препараты из ценового диапазона от 10 000 до 50 000 руб. (+35,7% в руб. к 2022 г.). В результате их доля за год увеличилась на 5,1% до 30,2%.

Сразу две категории в ОНЛС показали двузначный темп прироста: «свыше 50 000 руб.» (+27,9%) и «10 000-50 000 руб.» (+25,9%). Суммарно вес препаратов с ценой выше 10 тыс. рублей увеличился на 5,1% по сравнению с прошлым годом.

В региональной программе, где основной объём приходится на лекарства для пациентов с орфанными заболеваниями, активнее всего растут дорогостоящие лекарства: +17,8% относительно 2022 г. Доля ценового сегмента «свыше 50 000 руб.» выросла с 49,9% в 2022 г. до 53,5% в 2023 г.

Рисунок 23

Структура программы ЛЛО в стоимостном выражении по ценовым сегментам в 2023 г.



4. Объем закупок лекарств ЛПУ

За чередой происходящих событий на второй план отошли ставшие обыденными мероприятия, которые вошли в нашу жизнь в 2020 году – ежедневный мониторинг заболевших COVID-19, общее количество переболевших, число умерших, уровень вакцинации и т.д. А ведь на самом деле 2023 год начался ещё в условиях продолжающейся пандемии коронавирусной инфекции. И только в мае 2023 года ВОЗ официально объявил об её окончании.

Нагрузка на государственную систему здравоохранения была колоссальной. И поэтому текущие показатели закупки лекарственных препаратов для нужд ЛПУ выглядят «пугающе». Но в действительности при оценке динамик необходимо учитывать все факторы, которые влияли на структуру обеспечения госпитального сегмента.

По итогам 2023 года для нужд ЛПУ закупили 454 млн упаковок лекарственных препаратов на сумму около 464 млрд рублей в оптовых ценах (аналитические данные отражают факты оплаты и поставки контрактов, исполненных в 2023 году). Относительно 2022 года больницы потратили на 21,5% меньше бюджетных средств. Объем закупленных упаковок сократился на 17,3%.

Основное падение в закупке лекарств для нужд ЛПУ произошло в рамках МНН, рекомендованных для лечения коронавирусной инфекции: объем потраченных средств сократился почти в 10 раз. Отметим, что данный сегмент в 2021-2022 гг. был как раз источником дополнительных расходов, которые были связаны с распространением пандемии COVID-19. В 2023 году формирование потребности и закупки

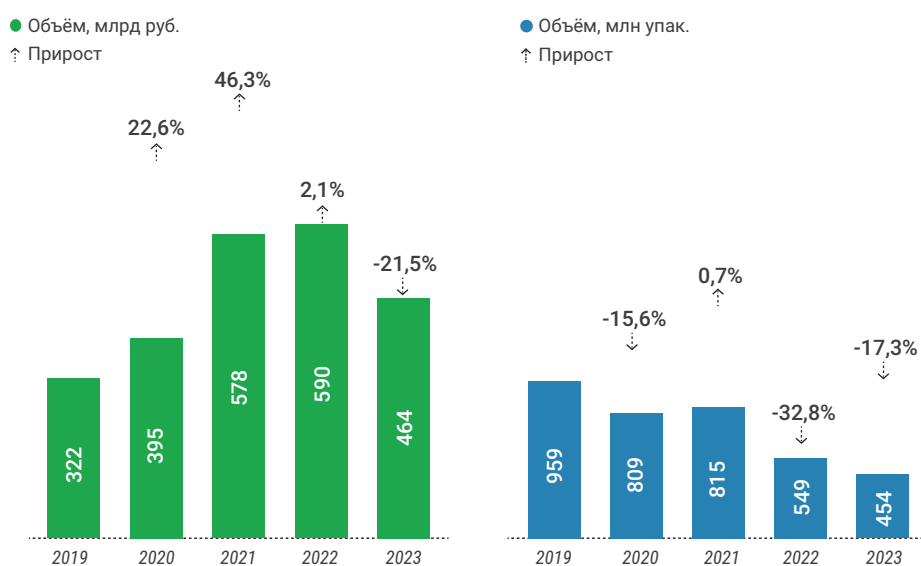


Рисунок 24

Динамика госпитальных закупок, 2019-2023 гг.

этих ЛП вернулось на доковидный уровень и соответствует объемам 2019 года.

Без учёта закупки МНН, рекомендованных для лечения коронавирусной инфекции, уменьшение госпитальных затрат составляет всего 7%.

В целом же, финансирование здравоохранения сохраняется в запланированных объёмах, и ежегодно осуществляется индексация выделяемых средств.

Кассовое исполнение национального проекта «Здравоохранение» по итогам 2023 года составило 97,9%. Самый объёмный по финансам федпроект «Борьба с онкологическими заболеваниями» исполнен на 99,3% (157,2 млрд рублей из 158,4 млрд). Самые низкие показатели среди входящих в нацпроект федеральных программ зафиксированы по ФП «Создание единого цифрового контура в здравоохранении на основе ЕГИСЗ», бюджет которого исполнен только на 83,5% (9,8 млрд из 11,7 млрд рублей). Федпроект «Модернизация первичного звена здравоохранения Российской Феде-

рации» исполнен на 97% (92,4 млрд рублей из 95,2 млрд), «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями» – на 97,9% (16,4 млрд рублей из 16,8 млрд), «Первичная медико-санитарная помощь» – на 98,2% (10,5 млрд рублей из 10,7 млрд), «Развитие детского здравоохранения, включая создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям» – на 98,6% (17,7 млрд рублей из 17,9 млрд).

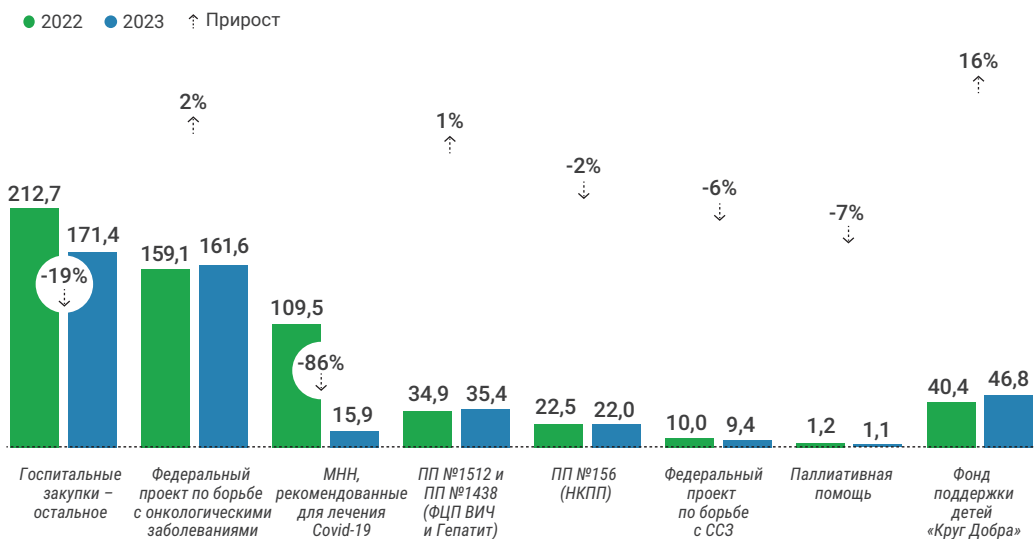
Полностью освоены в 2023 году средства по трём федпроектам. В их число вошёл проект «Развитие сети национальных медицинских исследовательских центров и внедрение инновационных медицинских технологий», на который было направлено 7,2 млрд рублей. Также исполнены на 100% самые «скромные» федеральные проекты – «Обеспечение медицинских организаций системы здравоохранения квалифицированными кадрами» (1,2 млрд рублей) и «Развитие экспорта медицинских услуг» (26 млн рублей).

В утверждённом бюджете на 2024 год на здравоохранение планируется направ-

Рисунок 25

Динамика закупок ЛПУ, млрд руб.

Динамика госпитальных закупок по программам



вить 1,611 трлн рублей. В 2024 году заканчиваются все основные федеральные проекты, начатые в 2019 году, в связи с чем отмечается снижение объёма субсидий по этому направлению. Так, на «Борьбу с онкологическими заболеваниями» заложено 146,1 млрд рублей вместо прогнозных 158,4 млрд рублей в 2023-м, проект «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями» получит 22,4 млрд рублей.

Программа **«Борьба с онкологическими заболеваниями»** действует уже на протяжении многих лет, и финансирование закупки необходимых препаратов впервые планомерно снижено на 2024 год. При этом пока наблюдался только рост объёмов ЛП в деньгах. Если в 2022 г. на закупку лекарств было израсходовано 159,1 млрд руб., то в 2023 г. было потрачено 161,6 млрд руб.

По информации Минздрава России, в стране наблюдается улучшение ситуации с ранней диагностикой злокачественных новообразований: более 60% опухолей выявляются на первой-второй стадиях, когда прогноз лечения считается благоприятным. Немаловажную роль в этом сыграло внедрение в диспансеризацию методов онкоскрининга и требование к врачам всех специальностей проявлять «онконастороженность».

Таким образом, доля онкологических заболеваний, выявленных на ранних стадиях, за срок действия федпрограммы возросла, а смертность продолжает снижаться: годовая летальность пациентов с онкологическими заболеваниями снизилась на 17,5%, а пятилетняя выживаемость увеличилась более чем на 8%. Позитивная динамика прослеживается и в лечении детей. В стране открыли 534 центра амбулаторной помощи для онкобольных.

Вместе с тем, по данным ведомства, количество онкологов, в том числе детских, выросло на 2%, а число радиологов увеличилось практически в 1,5 раза.

В начале 2024 года были открыты несколько онкоцентров в Башкирии, Якутии и Томской области.

В 2023 году на федеральный проект **«Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями»** в рамках закупки лекарств было израсходовано 9,4 млрд руб., что меньше на 6%, чем годом ранее. С 2021 по 2023 год прослеживается тенденция к увеличению количества пациентов, получающих препараты по федеральному проекту бесплатно. В 2021 году льготные лекарства получали 673 тысячи пациентов, в 2022 году – 824 тысячи, а в 2023 году – 754 тысячи (по состоянию на 1 сентября).

Согласно федпроекту, на получение льготных лекарств могут рассчитывать пациенты, которые перенесли острое нарушение мозгового кровообращения, инфаркт миокарда, аортокоронарное шунтирование и другое. Они получают препараты в течение двух лет с даты постановки диагноза и (или) выполнения хирургического вмешательства. С 1 января 2024 года категории пациентов расширены на показание «мерцательная аритмия».

Объём закупок по **«Национальному календарю профилактических прививок»** сохранился на уровне 2022 года. В 2024 году на эти цели планируется потратить 25 млрд 618 млн рублей, 25 млрд 718 млн – в 2025 году и 25 млрд 777 млн – в 2026-м.

Уже на протяжении нескольких лет планируется расширение календаря прививок, но в очередной раз по обсуждаемым вак-

цинам сроки были смещены. Так, новое распоряжение Правительства РФ № 343-р от 15 февраля 2023 г. сдвинуло сроки пополнения НКПП вакцинами от ротавируса – с 2022 на 2025 г., от ветряной оспы – с 2023 на 2027 г., от вируса папилломы человека – с сентября 2023 г. на сентябрь 2025 г.

В 2023 г. биофармацевтическая компания «Нанолек» завершила третью фазу клинических исследований на взрослых пациентах четырёхвалентной рекомбинантной вакцины от вируса папилломы человека (ВПЧ). Ожидается, что вакцина будет доступна для применения уже в 2024 г., и именно она пополнит календарь прививок. Вакциной для профилактики ротавирусной инфекции занимается НИЦЭМ им. Н. Ф. Гамалеи, институт получил разрешение на клинические исследования инъекционной формы.

Но изменения всё-таки коснулись списка прививок. Минздрав внёс правки в календарь вакцинации по эпидпоказаниям, согласно которым обязательная вакцинация от коронавируса предусмотрена для уязвимых категорий граждан. С 2024 по 2030 год предлагается обязать прививать фактически всех граждан, если на то имеется распоряжение главных санитарных врачей регионов или РФ в целом.

В России с начала 2023 года наблюдался очередной циклический всплеск заболеваемости корью и коклюшем, который случается каждые 5-6 лет по причине накопления пула лиц без иммунитета к данным инфекциям. В течение 2023 г. для проведения плановой вакцинации было израсходовано 1 367,1 млн руб. на закупку вакцин с коревым компонентом (4,7 млн доз). При чём 89% в объёме закупок противокоревых

вакцин занимает бренд «Вактривир» – это комбинированная вакцина против кори, краснухи и паротита.

Общая сумма финансирования на **ФЦП «ВИЧ и Гепатит»** составит в 2024 году 36 млрд 384 млн рублей, в 2025 году – 36 млрд 526 млн и в 2026 году – 37 млрд 642 млн рублей. На закупку препаратов для лиц, инфицированных ВИЧ, в том числе в сочетании с вирусом гепатита С, предусмотрены дополнительные ассигнования на новые регионы – 2 млрд рублей.

За счёт выделяемых средств можно ежегодно излечивать около 16 000 пациентов с гепатитом С (всего же их, по официальным оценкам, более 600 000), тогда как для достижения элиминации (снижение распространённости до нуля) этого заболевания в России к 2030 г. необходимо вылечивать 105 000 пациентов ежегодно.

Для снижения стоимости лечения необходимо развитие отечественного производства противовирусных препаратов. Эта цель отражена в плане мероприятий по борьбе с гепатитом С до 2030 года. 13 компаний, по данным Минздрава, приступили к созданию отечественных противовирусных препаратов, часть из них получили разрешение на клинические исследования, а другие проходят экспертизу. Также планируется создание регистра профильных пациентов.

Отдельно теперь выделена ещё одна нозология – в 2023 году появился федеральный проект **«Борьба с сахарным диабетом»**. На 2024 год выделено 24,28 млрд рублей, что выше плановых 14 млрд рублей за счёт переходящих остатков с 2023 года.

По данным федерального регистра на середину декабря 2023 г., в России на диспансерном учёте состоят свыше 5 млн пациентов с сахарным диабетом, из них более 90% – это пациенты с СД 2 типа.

Отдельно стоит рассмотреть развитие программы «Круг добра». Полномочия фонда заметно расширились: с декабря прошлого года предельный возраст подопечных фонда был увеличен с 18 до 19 лет, а с 2023 г. в ведение фонда перешли 15 тыс. детей с заболеваниями из перечня «14 ВЗН».

Фонд помощи детям с орфанными заболеваниями «Круг добра» добавил в перечень заболеваний для оказания помощи новые нозологии:

- в январе – атрезия наружного слухового прохода и микротия ушной раковины;
- в марте появилось 11 новых нозологий: синдромы врождённой костномозговой недостаточности; гемоглобинопатии (бета-талассемия и др.); приобретённая идиопатическая апластическая анемия; нарушения обмена глюкозамингликанов; остеопетроз; PROS – спектр синдромов избыточного роста, ассоциированных с мутацией PIK3CA; хронический гепатит С; редкие формы ожирения – ожирение, связанное с мутациями в генах: дефицита проопиомеланокортина, дефицита рецептора к лептину, дефицита прогормонконвертазы 1 типа, Синдром Барде-Бидля; синдром гипоплазии левых отделов сердца; отхождение левой коронарной артерии от лёгочного ствола; миелопатия шейного отдела спинного мозга, осложнённая зависимостью от аппарата искусственной вентиляции лёгких;
- в мае – юношеский идиопатический сколиоз;

- в октябре – синдром Шерешевского-Тернера и болезнь Легга-Кальве-Пертеса;
- в декабре – первичный гемофагоцитарный лимфогистиоцитоз.

Таким образом, число нозологий с учётом «14 ВЗН» возросло до 89 (муковисцидоз с различными препаратами находится в обоих списках). Всего на начало 2024 г. количество детей, которым помощь оказана фондом или будет оказана на основании одобренных заявок, составило свыше 23 тысяч. Из них: 8 438 детей получили помощь по индивидуальным заявкам, 14 969 детей по программе «14 ВЗН».

Фонд обеспечивает детей 104 лекарственными препаратами, медицинскими изделиями и техническими средствами реабилитации.

Итак, сильнее всего выросли закупки по фонду «Круг добра» (+15,9% относительно 2022 г.), созданному в 2021 г. по инициативе президента. Пока ещё ёмкость исполненных контрактов, размещённых фондом, не столь значима для госпитального сектора – всего лишь 46,8 млрд рублей по итогам года. Объём закупленных упаковок составил чуть более 84 тысяч (-32,5%).

В 2023 г. для Фонда «Круг Добра» лекарства поставляли 17 производителей, тогда как годом ранее их число составляло 13 компаний. Рейтинг покинул производитель Medac, поставлявший в прошлом году противоопухолевое средство пэгаспаргаза для подопечных «Круга Добра» с острым лимфобластным лейкозом. Новичками в рейтинге стали 4 компании: Recordati, поставляющая моноклональные антитела «Карзиба» и препарат при гипераммоние-

Таблица 15

Рейтинг производителей, поставляющих препараты для Фонда поддержки детей «Круг Добра», по стоимостному объёму в 2023 г.

Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

Рейтинг	Изменение к 2022	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	+3	Novartis	8 489,4	18,1%	35,9%
2	-	F.Hoffmann-La Roche	7 672,8	16,4%	6,8%
3	-2	PTC Therapeutics	7 134,5	15,2%	-10,1%
4	+2	Biogen	6 964,0	14,9%	109,5%
5	-2	Vertex	5 738,8	12,3%	-10,6%
6	+3	AstraZeneca	3 160,6	6,8%	122,3%
7	-2	Alexion Pharma	2 856,6	6,1%	-23,8%
8	-	Biomarin Pharmaceutical	2 019,6	4,3%	16,2%
9	-2	Takeda	1 700,8	3,6%	-10,2%
10	new	Recordati	322,5	0,7%	new
11	new	AbbVie	320,2	0,7%	new
12	-2	Sanofi	213,2	0,5%	-27,3%
13	-	Johnson & Johnson	59,2	0,1%	969,9%
14	new	Waymade	57,4	0,1%	new
15	new	Gilead Sciences	52,5	0,1%	new
16	-4	CSL Behring	29,6	0,1%	-31,0%
17	new	Pfizer	12,5	0,0%	new

Таблица 16

ТОП-20 брендов препаратов, закупленных для Фонда поддержки детей «Круг Добра», по стоимостному объёму в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	+3	Золгенсма	7 812,4	16,7%	42,0%
2	-	Эврисди	7 665,6	16,4%	6,7%
3	-2	Трансларна	7 134,5	15,2%	-10,1%
4	+1	Спинраза	6 964,0	14,9%	109,5%
5	-2	Оркамби	5 738,8	12,3%	-10,6%
6	+4	Коселуго	3 160,6	6,8%	122,3%
7	-	Вимизайм	2 019,6	4,3%	16,2%
8	-2	Стрензик	1 780,9	3,8%	-20,4%
9	-	Гэттестив	1 418,4	3,0%	-1,3%
10	-2	Канума	1 075,7	2,3%	-28,8%
11	+1	Иларис	367,1	0,8%	-13,3%
12	new	Мавирет	320,2	0,7%	new
13	-	Афинитор	309,9	0,7%	-4,1%
14	-3	Такзайро	282,5	0,6%	-38,2%
15	-1	Майозайм	213,2	0,5%	-27,3%
16	new	Карзиба	192,2	0,4%	new
17	new	Карбаглу	130,2	0,3%	new
18	-1	Апбрави	59,2	0,1%	969,9%
19	new	Карглумовая Кислота	57,4	0,1%	new
20	new	Эпклюза	52,5	0,1%	new

мии «Карбаглу», производители противовирусных средств при гепатите С AbbVie (бренд «Мавирет») и Gilead Sciences («Эпклюдза»), а также компания Waymade с ещё одним препаратом при гипераммониемии «Карглумовая Кислота Вэймейд».

Четвёрка лидеров представлена производителями дорогостоящих генотерапевтических препаратов для лечения заболеваний костно-мышечной системы (СМА и МДД): Novartis (доля 18,1% в руб.), F.Hoffmann-La Roche (16,4%), PTC Therapeutics (15,2%) и Biogen (14,9%). Только на закупку каждого из этих четырёх препаратов было выделено по 7 млрд рублей. Речь идёт о препаратах «Золгенсма», «Эврисди», «Трансларна» и «Спинраза». А из портфелей лидеров Novartis («Иларис» и «Афинитор») и F.Hoffmann-La Roche («Розлитрек») к тому же закупали и другие бренды.

Максимальным приростом продаж отметились компании: Johnson & Johnson (+969,9% к 2022 г.) с препаратом для лечения лёгочной гипертензии «Апбрави»; AstraZeneca (+122,3%) с ингибитором протеинкиназы «Коселуго»; Biogen (+109,5%) с препаратом для лечения спинально-мышечной атрофии «Спинраза».

Наибольшее снижение объёма потребления принадлежит компании CSL Behring (-31%) с иммуноглобулином «Привиджен», которая переместилась на 4 строчки вниз, а также производителям препаратов, предназначенных для заместительной ферментной терапии, Sanofi (-27,3%; марка «Майозайм») и Alexion Pharma (-23,8%; «Стрензик» и «Канума»), каждая из которых опустилась на 2 места в ТОП-17.

Ниже в таблице 16 представлен ТОП-20 ключевых брендов ЛП, закупленных в 2023

г. для Фонда поддержки детей «Круг Добра». Все препараты являются импортными и отпускаются строго по рецепту врача в соответствии с показаниями, большинство представленных брендов являются оригинальными средствами.

В 2024 году для закупок незарегистрированных препаратов, медизделий, а также оплаты некоторых видов лечения будет выделено 55,1 млрд руб. В 2023 году грант составляет 41 млрд руб. Потрачено – 46,8 млрд руб.

Далее по тексту приводятся аналитические данные без учёта Фонда поддержки детей «Круг Добра».

Соотношение импортных и локализованных ЛП

В 2023 г. распределение объёмов в деньгах в сегменте ЛПУ изменилось в пользу импортных препаратов. За год доля препаратов, произведённых за рубежом, увеличилась на 4,3% в рублях до 53,6%. Но при этом в упаковках доля перераспределилась в пользу локализованных препаратов: до 85,4% (увеличение на 1 процентный пункт).

И количество закупленных упаковок, и объём израсходованных средств сократились в категории локализованных препаратов: на 30,7% в руб. и на 16,6% в упак. На падение закупок в большей степени повлияла динамика следующих брендов: вакцины для профилактики пневмококковых инфекций «Превенар» (-58,6% к 2022 г.), локализованной на мощностях «Петровакс Фарм», и антибактериальных препаратов «Максиктам» (-37,4%) и «Линезолид» (-33,7%). При этом среди лекарств, производимых в России, высокий положительный

рост был отмечен у препарата для терапии хронической сердечной недостаточности и эссенциальной артериальной гипертензии «Юпердио» (+285,3%), который локализован на площадке «Новартис Нева», моноклональных антител «Версаво» (+76%) и ингибитора протеинтирозинкиназы «Таргиссо» (+68,8%), производство которого налажено в Калужской области.

Что касается импортных лекарств, то при сравнении с 2022 годом упал как объём реализованных упаковок (-21,1%), так и объём закупок в стоимостном выражении (-17,6%). На отрицательную динамику реализации импортных средств в большей мере повлияли закупки вакцины для профилактики дифтерии, коклюша, полиомиелита, столбняка и инфекций, вызываемых *Haemophilus influenzae* типа b, «Пентаксим» (-54,3% относительно 2022 г.), моноклональных антител «Китруда» (-50,8%), а также антикоагулянта «Ксарелто» (-47,9%). Однако вырос спрос на ингибитор натрийзависимого переносчика глюкозы 2 типа «Форсига» (+785,9%), противовирусное [ВИЧ] средство «Биктарви» (+149,7%) и антиандроген «Кстанди» (+68,4%).

Средневзвешенная цена одной упаковки импортного средства по итогам 2023 г. составила 3 368 руб., что на 4,5% выше, чем годом ранее. Средняя стоимость локализованных лекарств за год стала ниже на 16,9% и всё ещё значительно отстаёт (почти в 7 раз) от средней стоимости зарубежного ЛП: 499 рублей за упаковку.

Лидерами среди иностранных производителей, которые теперь производят лекарства в России, являются GlaxoSmithKline (доля 31,4% в руб.), AstraZeneca (15,6%), Merck & Co (13,9%). Основной объём «локализованных» ЛП – это противомикробные средства системного действия, прочие препараты (к примеру, контрастные вещества «Ультравист» и «Гадовист», средство лечения почечной недостаточности «Кетостерил»), а также лекарства, влияющие на кроветворение и кровь.

Несмотря на то, что в 2023 г. распределение финансирования было в пользу импортных препаратов, процесс импортозамещения продолжается. Ниже приведён ТОП-10 МНН с максимальной долей «переключения» на локализованные препараты

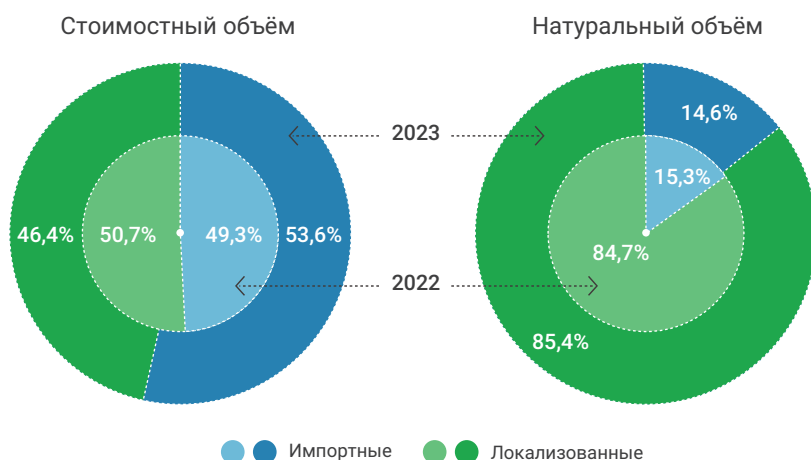


Рисунок 26

Структура сегмента ЛПУ по степени локализации, 2022-2023 гг.

Таблица 17

ТОП-10 МНН по «импортозамещению» в стоимостном выражении в 2023 г.

Рейтинг	МНН	Доля локализованных ЛП, руб.		Рост доли	Препарат-лидер (производитель), 2022	Препарат «переключения» (производитель), 2023
		2022	2023			
1	Алтеплаза	7%	65%	+58%	Актилизе (Boehringer Ingelheim)	Ревелиза (Генериум)
2	Пембролизумаб	0%	45%	+45%	Китруда (Merck & Co)	Пемброриа (Биокад)
3	Омализумаб	11%	50%	+39%	Ксолар (Novartis)	Генолар (Генериум)
4	Фулвестрант	47%	79%	+32%	Фазлодекс (AstraZeneca)	Фазотикад (Биокад)
5	Сунитиниб	60%	89%	+29%	Сунитиниб (Натива/Спектр)	Сунитиниб (Репарт)
6	Адалимумаб	25%	48%	+23%	Хумира (AbbVie)	Эксэмптия (Рус Биофарм), Далибра (Биокад)
7	Эрибулин	0%	16%	+16%	Халавен (Eisai Europe)	Эрибулин (Промомед Рус, Фармасинтез)
8	Гепарин натрия	61%	76%	+16%	Гепарин (Jodas Exproim)	Гепарин (Велфарм входит в Bright Way Group)
9	Севوفлуран	61%	74%	+13%	Севوفлуран (Алвилс)	Севوفлуран (Алвилс)
10	Вакцина для профилактики пневмококковых инфекций	76%	89%	+12%	Превенар (Pfizer)	Пнемотекс (Нанолек)

из ТОП-100 по объёму закупок (на данные МНН приходится 68,7% всех госпитальных закупок в деньгах).

В 2023 году список состоял из МНН, отличных от списка, сформированного годом ранее. Всего два МНН (фулвестрант и вакцина для профилактики пневмококковых инфекций) попали в рейтинг второй год подряд. Таким образом, процесс «импортозамещения» охватывает с каждым годом дополнительный объём номенклатуры.

В ТОП-10 вошло 4 МНН, у которых годом ранее локализованные лекарства уже занимали наибольший вес в закупках (выделены зелёным цветом). Рост доли произошёл благодаря увеличению закупок препарата-лидера либо включению в перечень закупок ещё нескольких локализованных препаратов.

В 2023 году в ТОП-100 не вошло ни одного нового МНН. Самая успешная новинка расположилась только на 202 месте. Речь идёт

о комбинированном препарате для лечения ВИЧ-инфицированных пациентов «Элпида» (МНН тенофовир + элсульфавирин + эмтрицитабин) от одноимённого производителя.

По данным за 2023 год, из 2 023 МНН, закупаемых больницами, в 921 МНН доля локализованных препаратов превышает 90%. При этом остаётся ещё 684 МНН, в которых преобладают импортные средства (их доля в закупках выше 90%), причём 49 из них попадают в ТОП-100 по объёму. Наиболее ёмкими МНН, представленными только импортными ЛП, пока остаются: моноклональные антитела ниволумаб и пертузумаб и антиандроген энзалутамид — эти три МНН занимают 6,4% от госпитальных закупок.

Ценовая сегментация

Структура закупок ЛПУ по ценовым сегментам представлена на рис. 27. В 2023 году в ценовой структуре больничных закупок произошли незначительные изменения. За год увеличились доли у двух катего-

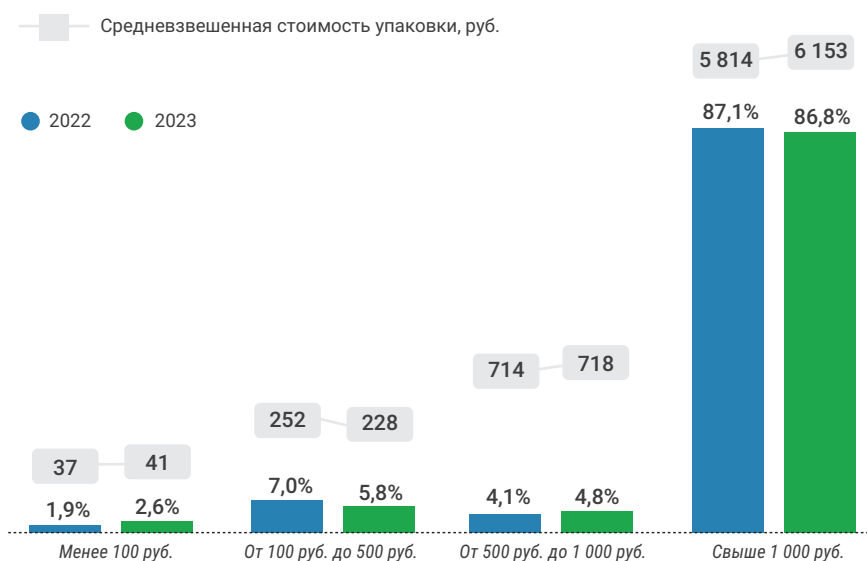


Рисунок 27

Структура госпитальных закупок по ценовым категориям в стоимостном выражении, 2022-2023 гг.

рий: «менее 100 руб.» (+0,7% в руб. и +6,1% в упак.) и «от 500 руб. до 1 000 руб.» (+0,8% и +0,5% соответственно). Все прочие сегменты отметились снижением веса в объёме закупок лекарственных препаратов для ЛПУ. В том числе доля самой ёмкой ценовой категории «более 1 000 руб.» сократилась с 87,1% в 2022 г. до 86,8% в 2023 г. При этом предпочтение по-прежнему отдаётся самым дорогостоящим средствам.

В упаковках наиболее ёмким, как и прежде, остаётся сегмент препаратов с ценой до 100 руб. — его доля составляет 57,6%. В 2023 г. вес этого ценового диапазона заметно увеличился — на 6,1% по сравнению с 2022 г. Здесь самымикупаемыми средствами остаются препараты с МНН натрия хлорид (12,3% от натурального объёма категории «менее 100 руб.»). При этом объём закупки натрия хлорида существенно сократился — на 54,4% в упаковках.

Изменение структуры закупок в упаковках в пользу сегмента «до 100 руб.» произошло благодаря увеличению закупок радиофармацевтического диагностического средства флудезоксиглюкоза [18F] (+833,1%), гиполипидемического средства аторваста-

тин (+419%) и бета-адреноблокатора бисопролол (+106,3%).

Среди импортных препаратов наибольшую долю занимают лекарства с ценой свыше 1 000 рублей — 95,7% (рис. 28). Среди локализованных препаратов ценовые сегменты «менее 100 руб.» (5,1%), «от 100 до 500 руб.» (10,3%) и «от 500 до 1 000 руб.» (8,1%) занимают невысокую долю, а наибольший объём продаж, составивший 76,5%, также приходится на категорию «более 1 000 руб.».

Если в сегментах со стоимостью упаковки до 1 000 рублей разница между средневзвешенной ценой у импортных и локализованных препаратов не столь ощутима, то в самом ёмком сегменте «более 1 000 руб.» разница между препаратами, произведёнными в России и за рубежом, остаётся значительной: почти в 3 раза.

Структура продаж ЛП по АТС-группам

Соотношение больничных закупок ЛП по АТС-группам I уровня в России по итогам 2023 года представлено в таблице 18.

Рисунок 28

Структура госпитальных закупок по ценовым категориям для импортных и локализованных препаратов в стоимостном выражении в 2023 г.

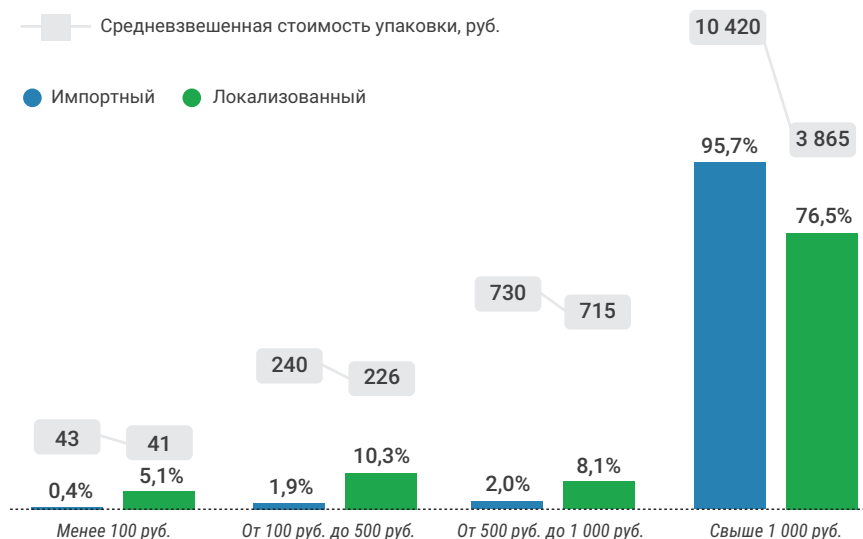


Таблица 18

Структура
больничных закупок
ЛП по АТС-группам
в 2023 г.

АТС-группа I-го уровня	Стоимостный объём, млрд руб.	Доля группы в стоимостном объёме	Натуральный объём, млн упак.	Доля группы в натуральном объёме
[L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	175,9	42,2%	22,1	4,9%
[J] Противомикробные препараты для системного использования	105,9	25,4%	110,2	24,3%
[B] Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	39,5	9,5%	76,0	16,7%
[A] Пищеварительный тракт и обмен веществ	22,5	5,4%	56,8	12,5%
[N] Препараты для лечения заболеваний нервной системы	15,8	3,8%	53,5	11,8%
[V] Прочие препараты	14,6	3,5%	21,3	4,7%
[C] Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	8,3	2,0%	51,9	11,4%
[R] Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	7,3	1,8%	13,1	2,9%
[M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	6,3	1,5%	14,0	3,1%
[~] Препараты без указания АТС-группы	5,9	1,4%	1,2	0,3%
[S] Препараты для лечения заболеваний органов чувств	5,5	1,3%	4,1	0,9%
[D] Препараты для лечения заболеваний кожи	3,8	0,9%	21,1	4,6%
[H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	3,5	0,8%	5,6	1,2%
[G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	2,0	0,5%	2,9	0,6%
[P] Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,0	0,0%	0,2	0,0%

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. ТОП 2023 года отличается и от прошлогоднего.

В последние годы первую строчку в сегменте госпитальных закупок удерживает АТС-группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (доля 42,2% в стоимостном выражении). С 2013 года закупки группы ежегодно росли. В 2023 году данная тенденция прервалась: противоопухолевые средства и иммуномодуляторы впервые продемонстрировали снижение реализации на 15,5%. Отрицательную динамику обеспечила подгруппа [L04] «Иммунодепрессанты» (-73% к 2022 г.), а именно отечественные препараты – ингибитор интерлейкина «Илсира» (-97,5%) компании «Биокад», моноклональные антитела «Артлегиа» (-91,3%) от «Р-Фарм», иммунодепрессивное средство «Элизария» (-85,6%) от «Генериум». В натуральном выражении закупки группы [L] также снизились – на 9% к 2022 году. Стоит отметить, что доля противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов несмотря на снижение закупок выросла на 4,4% в рублях и на 0,4% в упаковках.

За год объём закупки препаратов группы [J] «Противомикробные препараты для системного использования» сократился на 82 млрд рублей, а доля уменьшилась на 8,8% и в стоимостном, и в натуральном эквиваленте. В итоге вес группы оказался в полтора раза меньше, чем у лидера рынка – противоопухолевых препаратов. И опять же причина – снижение спроса на иммунные сыворотки и иммуноглобулины (-56,9%), противовирусные препараты (-52,9%) и антибиотики (-39,6%).

Закупки иммуноглобулина для доконтактной профилактики и лечения COVID-19

«Эвушелд», который годом ранее занимал 57,4% в подгруппе иммуноглобулинов [J06], упали на 98,8%. Объём реализации «Ковид-Глобулина» снизился на 99,7%.

В прошлом году в подгруппе [J05] лидировали противовирусные препараты для лечения новой коронавирусной инфекции. В 2023 году они показали значительное снижение закупок год к году: фавипиравир (-98,2%), молнупиравир (-97,6%), ремдесивир (-93,9%), умифеновир (-92%).

Среди АБП [J01] заметнее всего упали закупки левофлоксацина (-65,5%), цефоперазон в сочетании с сульбактамом (-50,9%) и меропенем (-50,9%), которые показаны для антибактериальной и антимикотической терапии осложнённых форм COVID-19.

Объём реализации вырос только у противотуберкулёзных средств (+21,2%). Лидерами в подгруппе [J04] являются бренды «Циклосерин», «Дельтиба» и «Теризидон».

Аналогичная ситуация и с препаратами, влияющими на кроветворение и кровь, – стоимостный объём группы [B] сократился на 36,3% по сравнению с предыдущим годом. В 2 раза сократились закупки антикоагулянтов, которые составляют существенную долю в анализируемой группе – 50%. Антикоагулянты, снижающие риск тромбообразования, также вошли в схемы лечения COVID-19. Самое заметное снижение показали гепарин натрия (-69,7%), надропарин кальция (-68,5%) и эноксапарин натрия (-67,7%).

Максимальный результат за анализируемый период продемонстрировали лекарства АТС-группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». Прирост объёма закупки в стоимостном выражении на 67,1% преимущественно обусловлен ростом спроса на средства для лечения сахарного диабета

в 4 раза. Половина от объёма средств, израсходованных в 2023 году на закупку лекарств при сахарном диабете, пришлось на МНН дапаглифлозин (ключевой бренд – «Форсига»), эмпаглифлозин («Джардинс») и инсулин гларгин («Туджео СолоСтар»).

Производители в сегменте госпитальных закупок

В табл. 19 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2023 г., который в сравнении с предыдущим годом имеет существенные отличия и по расположению компаний, и по составу. В ТОП-3 производителей вошли компании с высокой долей препаратов для лечения онкологических заболеваний.

Российская компания «Биокад» в 2023 году поднялась на первую строчку в рейтинге несмотря на снижение объёма закупок на 20,4% к показателю 2022 года. За год ЛПУ закупили 37 брендов производителя, которые по программе импортозамещения заменяют зарубежные аналоги. Ключевым брендом отечественной компании стал генерик оригинального противоопухолевого средства «Китруда» от Merck & Co – «Пемброриа» с действующим веществом пембролизумаб (объём закупки по итогам года составил 8,6 млрд руб.). Падение Биокаду обеспечили ингибитор интерлейкина «Илсира» (-97,5%), антиэстроген «Фазотикад» (-42,4%), моноклональные антитела «Ацеллбия» (-41,2%). Сильнее всего затраты больниц выросли на моноклональные антитела «Гертикад» (+12,8%) и «Авегра» (+12,7%) и ингибитор фактора некроза опухоли-альфа «Инфликсимаб» (+10,4%).

На второе место с четвёртого поднялся производитель F.Hoffmann-La Roche (-2,9%). Госпитальный ассортимент компании состоит из 39 брендов, 22 из которых отно-

сятся к противоопухолевым препаратам и иммуномодуляторам. Максимальное сокращение объёма потребления принадлежит препаратам для терапии меланомы «Котеллик» (-32,7%), немелкоклеточного рака лёгкого «Алеценза» (-19,8%) и спинальной мышечной атрофии «Эврисди» (-17,6%). На 65,6% выросли закупки препарата «Эриведж», показанного для лечения пациентов с базальноклеточной карциномой.

В 2023 году общий объём бюджетных денежных средств, затраченных на закупку препаратов компании Merck & Co, составил 26,8 млрд руб., что на 35,1% меньше, чем годом ранее. В итоге лидер прошлого года переместился на третью позицию ТОП-20. Количество закупленных брендов в госпитальном сегменте уменьшилось до 51-го. Прекратились поставки противовирусного средства при COVID-19 «Лагеврио» на основе молнупиравира. Максимальное снижение среди ключевых брендов показала вакцина против вируса папилломы человека «Гардасил» (-60,3%). При этом данная вакцина от ВПЧ остаётся основной в закупках (91,8% от объёма израсходованных средств внутри МНН). На 58,1% снизились закупки вакцины для профилактики пневмококковых инфекций «Пневмовакс», ЛПУ переключаются в закупках на российскую вакцину «Пнемотекс» от «Нанолек» и локализованную компанией Pfizer вакцину «Превенар». Основной препарат производителя – противоопухолевое средство, которое назначается в терапии целого ряда злокачественных новообразований, «Китруда» (-50,8%) также отметилось отрицательной динамикой. А вот закупки противовирусного препарата, активного в отношении ВИЧ, «Делстриго» за год увеличились сразу на 356%.

В ТОП-20 по стоимостному объёму больничных закупок вошло 5 отечественных произ-

Таблица 19

ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ в стоимостном выражении в 2023 г.

Примечание: под «производителем» понимается головная компания, которая может объединять несколько производственных площадок.

Рейтинг	Изменение к 2022	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	+1	Биокад	29 258	7,0%	-20,4%
2	+2	F.Hoffmann-La Roche	28 375	6,8%	-2,9%
3	-2	Merck & Co	26 805	6,4%	-35,1%
4	+2	AstraZeneca	19 765	4,7%	-14,8%
5	-	Swixx Biopharma	19 753	4,7%	-29,0%
6	+3	GlaxoSmithKline	18 191	4,4%	-0,9%
7	-	Нацимбио	17 983	4,3%	-4,3%
8	-5	Фармасинтез	13 603	3,3%	-56,0%
9	+2	Bayer	13 011	3,1%	-25,4%
10	+4	Johnson & Johnson	12 810	3,1%	1,1%
11	+4	Novartis	11 949	2,9%	-2,7%
12	+1	Sanofi	11 642	2,8%	-24,3%
13	-1	Pfizer	11 069	2,7%	-34,2%
14	+12	Astellas Pharma	7 929	1,9%	63,4%
15	+4	Gilead Sciences	7 878	1,9%	18,4%
16	-	AbbVie	7 234	1,7%	-16,6%
17	+1	Amgen	5 981	1,4%	-11,1%
18	-1	ХимПаp ЦBT	5 245	1,3%	-23,5%
19	-11	P-Фарм	4 964	1,2%	-73,0%
20	+10	Takeda	4 799	1,2%	11,7%

водителей: «Биокад» (1 место), «Нацимбио» (7 место), «Фармасинтез» (8 место), «Хим-Рар ЦВТ» (18 место) и «Р-Фарм» (19 место). У каждого из них сократился объём реализации при сравнении с прошлым годом. А темп снижения компаний «Р-Фарм» (-73%) и «Фармасинтез» (-56%) вообще оказался максимальным в ТОП-20.

Увеличение закупок относительно 2022 года из рейтинга отмечено лишь у четырёх производителей. Наибольший прирост показали компании: Astellas Pharma (+63,4% и 12 строчек вверх), Gilead Sciences (+18,4% и 4 строчки вверх) и Takeda (+11,7% и 10 строчек вверх).

Astellas Pharma поставляет больницам 19 брендов, за год портфель фирмы пополнился одним новым препаратом – «Эврензо» для лечения анемии у взрослых пациентов с хронической болезнью почек. 90,3% от объёма реализации производителя в стоимостном выражении занимает противоопухолевый препарат при раке предстательной железы «Кстанди» (+68,4% относительно 2022 года). Самыми быстро растущими в первой десятке были пероральный гипогликемический препарат при СД 2 типа «Суглат» (+417,9%) и ингибитор протеинкиназы при остром миелоидном лейкозе «Ксоспата» (+139,7%), вышедший на рынок в 2022 году.

Препараты сегмента госпитальных закупок

В табл. 20 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2023 г. Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет 32,4% так же, как и в предыдущий год.

Изменения в рейтинге довольно глобальные: в 2023 году ни один препарат в ТОП-20

не сохранил позиции прошлого года. Рейтинг пополнился 8 новыми брендами, в том числе «новинкой» – моноклональными антителами «Пемброриа» (5-е место).

Лидером по итогам 2023 года стал оригинальный бренд «Тивикай» (+15% и +3 строчки за год) от компании GlaxoSmithKline, локализованный на площадке «Сервье Рус». Таблетки, покрытые плёночной оболочкой, с дозировкой 50 мг «Тивикай» (МНН долутегравир) закупается ЛПУ для больных ВИЧ-инфекцией. Согласно справочнику ГРЛС, в конце 2023 г. компания «Р-Фарм» зарегистрировала отечественный небрендированный генерик «Долутегравир».

Оригинальный препарат «Опдиво» (МНН ниволумаб), который выпускает корпорация Swixx Biopharma, за год поднялся на одну строчку вверх, заняв второе место в рейтинге брендов несмотря на снижение объёма закупок на 21,7%. Противоопухолевое средство в форме концентрата для приготовления раствора для инфузий показано для лечения меланомы, НМРЛ, почечно-клеточного рака, КЛХ и др. Сейчас в России у данного препарата нет аналогов.

Замыкает тройку лидеров противоопухолевое средство производства Merck & Co под брендом «Китруда» (-50,8%), предназначенный для лечения различных видов рака. Препарат также выпускается в форме концентрата для приготовления раствора для инфузий. Падение связано с переключением больниц на закупку нового российского генерика «Пемброриа» от Биокада (5-е место рейтинга).

Самая высокая динамика у препарата для лечения сахарного диабета «Форсига» (+785,9%) в таблетках, покрытых плёночной оболочкой, в дозировках 5 и 10 мг.

Таблица 20

ТОП-20 брендов
в сегменте ЛПУ
в стоимостном
выражении
в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	+3	Тивикай	12 224	2,9%	15,0%
2	+1	Опдиво	11 604	2,8%	-21,7%
3	-2	Китруда	10 582	2,5%	-50,8%
4	+2	Совигрипп	10 297	2,5%	9,7%
5	new	Пемброриа	8 612	2,1%	new
6	+5	Авегра	8 369	2,0%	12,7%
7	+3	Перьета	7 804	1,9%	2,1%
8	+18	Кстанди	7 159	1,7%	68,4%
9	+3	Кадсила	7 143	1,7%	-3,5%
10	+7	Тецентрик	6 488	1,6%	0,0%
11	+12	Эрбитукс	5 957	1,4%	35,5%
12	+6	Исентресс	5 578	1,3%	-2,1%
13	+2	Натрия Хлорид	5 333	1,3%	-18,9%
14	+11	Элпида	5 003	1,2%	17,0%
15	+5	Ультрикс	4 772	1,1%	-10,8%
16	-3	Ксарелто	3 835	0,9%	-47,9%
17	+20	Гертикад	3 759	0,9%	12,8%
18	+3	Брилинта	3 596	0,9%	-26,9%
19	+220	Форсига	3 529	0,8%	785,9%
20	+61	Биктарви	3 478	0,8%	149,7%

Препарат, который производит компания AstraZeneca, за год преодолел 220 строчек. Ещё по положительной динамике стоит выделить противовирусное [ВИЧ] средство «Биктарви» (+149,7% и +61 строчка за год) от Gilead Sciences и противоопухолевый гормональный препарат при раке предстательной железы «Кстанди» (+68,4% и +18 мест) от Astellas.

Закупки антикоагулянтного препарата «Ксарелто», который врачи назначали больным COVID-19 с предрасположенностью к тромбозам, упали на 47,9%.

Рейтинг представлен следующими лекарственными средствами: противоопухолевые препараты, в том числе гормональные, – 10 брендов; противовирусные ВИЧ-средства – 4 бренда; противогриппоз-

ные вакцины – 2 бренда; антикоагулянты – 2 бренда; препарат для лечения сахарного диабета – 1 бренд; растворитель и регидратирующее средство – 1 бренд.

Помимо дорогих импортных лекарственных средств в «двадцатку» лидеров вошёл также и дешёвый препарат «Натрия Хлорид» (-18,9% и +2 места) – растворитель и регидратирующее средство. Несмотря на значительное падение закупки натрия хлорида (-50,4% в упак.), препарат продолжает в 2023 году сохранять за собой первую строчку рейтинга в натуральном выражении с долей 8,6% от всех упаковок, закупленных в госпитальном сегменте. 36 производителей реализуют на рынке препараты под данным брендом. Лидерами по обороту в рублях в 2023 году стали компании «Эском», «Мосфарм» и «Фармасинтез».

5. Биологически активные добавки

После лекарственных препаратов биологически активные добавки являются наиболее представленными в аптечном сегменте. Они занимают вторую строчку и по объёму продаж, и по среднему количеству SKU, реализуемых в одной аптеке. А в динамике это наверно единственная группа, которая растёт на протяжении последних лет двузначными темпами в стоимостном выражении.

Поэтому не удивительно, что инструменты государственного контроля, которые начинаются с ЛП, в дальнейшем распространяются и на добавки. В данном случае речь идёт о «маркировке». Пилотный проект по отслеживанию обращения БАД начался ещё в мае 2021 года, в нём участвовало порядка 500 производителей и импортёров БАД. Тестировались как разные виды упаковок, так и три способа нанесения кода маркировки. А с 1 октября 2023 года маркировка для БАД стала обязательной. Правила маркировки средствами идентификации были утверждены Постановлением Правительства РФ от 31 мая 2023 г. № 886, в котором определены требования к участникам оборота, порядок информационного обмена и регистрации товаров в системе мониторинга, сроки предоставления сведений о вводе в оборот и выводе из него.

Введение будет происходить поэтапно в течение нескольких лет так же, как и с лекарственными средствами. В соответствии с нормативным документом установлены следующие этапы маркировки БАД:

- 1 сентября 2023 г. — старт обязательной регистрации в системе маркировки для всех участников оборота, регистрация в Честном знаке;
- 1 октября 2023 г. — производители и импортёры наносят коды маркировки на потребительскую упаковку и подают сведения о вводе в оборот в Честный знак;
- 1 ноября 2023 г. — импортёры подают сведения в декларации о кодах маркировки на ввозимую продукцию;
- 1 марта 2024 г. — все участники оборота подают сведения в систему о поэкземплярном выводе из оборота продукции;
- 1 мая 2024 г. — начало объёмно-сортового учёта; обязательно использовать электронный документооборот при отгрузке и приёмке товаров;
- 1 сентября 2025 г. — стартует поэкземплярный учёт БАДов; с этого момента участники оборота будут передавать в систему сведения о каждой единице товара с цифровым кодом.

Маркировке теперь подлежат витамины, смеси минеральных веществ, рыбий жир, желатин, пастилки от боли в горле, таблетки от кашля и другие БАД со свидетельством о государственной регистрации. А это значит, что контроль за оборачиваемостью добавок распространяется не только на аптечную часть продаж БАД, но и на другие каналы.

Проблема торговли несертифицированными

ми БАД в «онлайне» обострилась в 2022 году. И, к примеру, платформа Wildberries начала проводить внутренний контроль на законность размещения новых БАД в ассортименте. Для этого даже пришлось на несколько месяцев ограничить продажи категории, чтобы проверить все позиции на наличие СГР. На самом деле именно необходимость сделать рынок БАД более прозрачным является основной задачей включения этого ассортимента в систему «Честный знак»: покупатели смогут проверять происхождение товара, его состав, а также отправлять жалобы на подделки.

В структуре аптечного рынка БАД занимает порядка 7%. Ключевыми драйверами роста рынка БАД являются:

- ковидное и постковидное потребление;
- улучшение восприятия БАД со стороны потребителя;
- диверсификация каналов продаж – активное развитие категории БАД внеаптечного e-commerce (маркетплейсы);
- активное продвижение БАД производителями и аптечными сетями.

Последний фактор влияет и на увеличение конкурентной борьбы между производителями. Численность выпускающих БАД компаний за четыре года увеличилась на треть и составила более 1 200 компаний. А количество наименований, которые представлены только в аптеках, стало почти в два раза больше – теперь их более 17 тысяч ассортиментных единиц.

Одним из драйверов роста SKU является развитие в аптеках собственных торговых марок (СТМ). Именно БАД являются той категорией, которая перспективна для развития этого направления. В 2023 году ТОП ведущих марок представлен не только брендовой продукцией производителей, но и СТМ некоторых аптечных сетей.

В 2023 году доля СТМ уже составила порядка 20,7% аптечных продаж в рублях и 28,5% в упаковках. СТМ – это инструмент увеличения прибыли и является высоко маржинальным товаром. Поэтому предложение на рынке СТМ постоянно увеличивается.

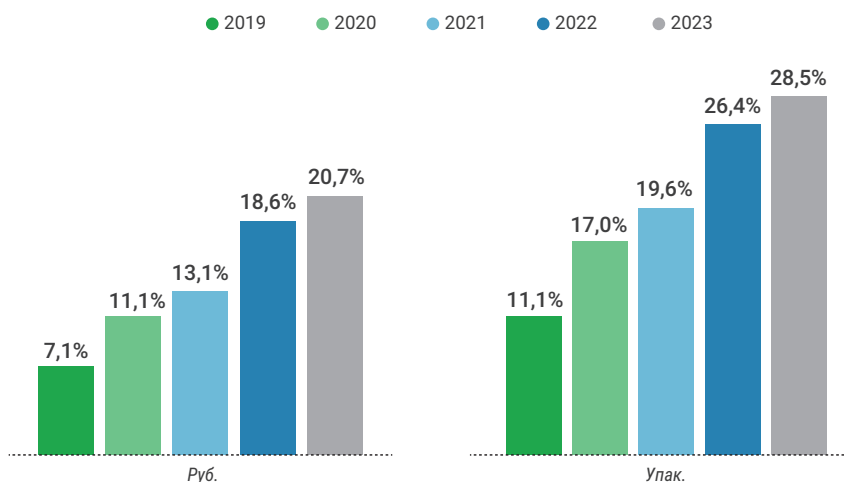


Рисунок 29

Доля СТМ в аптечных продажах БАД

По сравнению с 2019 годом ассортиментное предложение аптек возросло почти в 6 раз: в 2023 году на аптечных полках было представлено уже около 3 тыс. SKU СТМ.

125 фармкомпаний производят СТМ БАД для аптечных сетей. Лидерами среди них являются российские компании «Квадрат-С», «Мирролла», «ВТФ» и «Эвалар», которые занимают практически половину оборота СТМ.

При этом расширение предложения БАД происходит и в непрофильных каналах продаж. Например, «Азбука вкуса» запустила производство собственной линейки СТМ БАД «Азбука Life» на мощностях французской компании Irati (12 наименований). У ретейлера 168 магазинов в Москве и области, Санкт-Петербурге, которые управляются ООО «Городской супермаркет».

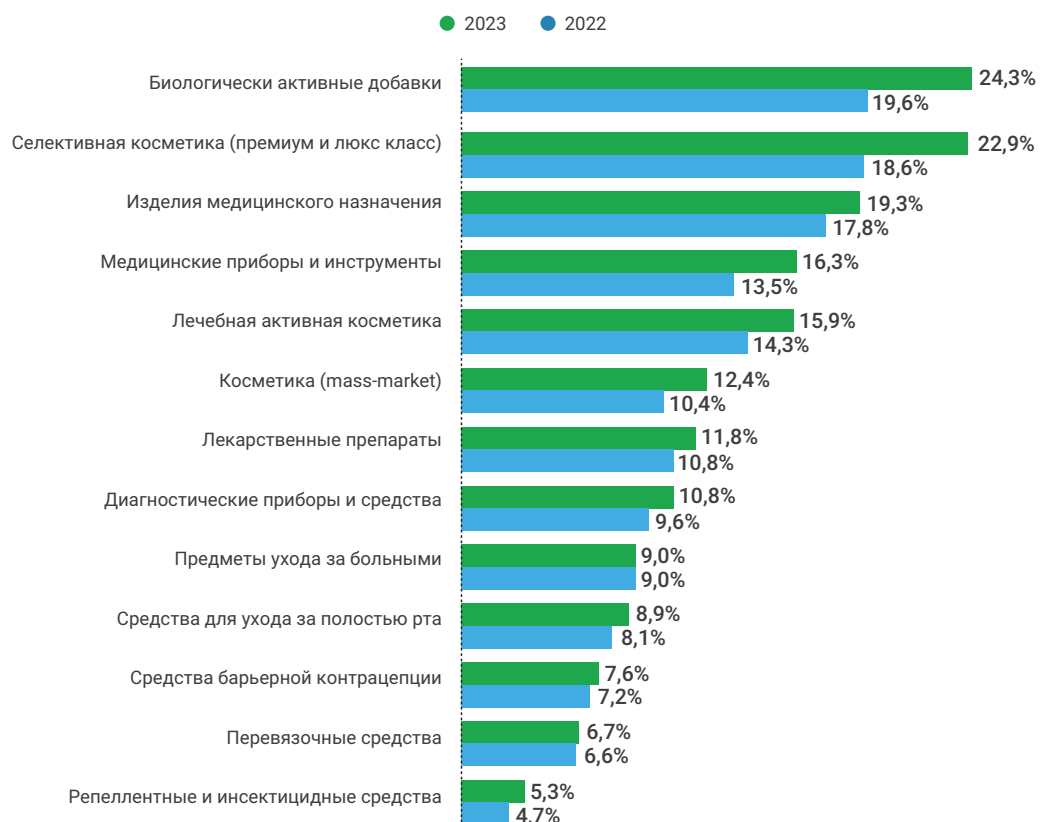
Аналогичные планы есть и у других сетей. Например, линейка БАД и витаминов СТМ у «Вкусвилла» превышает 100 наименований, которые выпускаются в России.

БАД сегодня представлены и в ассортименте сетевых дистрибуторов, на различных интернет-площадках. Сформированная у потребителя привычка приобретать добавки через соцсети или на специализированных площадках легко переключает его на близкие по формату инструменты – в первую очередь, на маркетплейсы. Поэтому развитие этой категории на традиционных уже площадках идёт очень активно.

Только у Wildberries в категории витаминов и БАДов в прошлом году было размещено более 40 тысяч наименований товаров от более чем 3 тысяч продавцов. Объем продаж в 2023 году составил порядка 9,5 млрд руб. (прирост +64%). Отметим, что продвижение на маркетплейсе очень сильно влияет на структуру и рей-

Рисунок 30

Доля аптечного eCom по типам товара в 2023 году



тинг продаж. На первом месте по объему добавки от компании «Жизневек», которые выпускают продукцию в высоком ценовом сегменте. Компания в 2023 году опередила лидеров прошлого года GLS Pharmaceuticals и «Эвалар».

Маркетплейс Ozon также предлагает потребителю широкий ассортиментный ряд «Витамин и БАД»: 55 тыс. СКЮ; и категория выросла на 46% до 14,7 млрд руб. Лидером на данной площадке в 2023 году стал «Эвалар»; GLS Pharmaceuticals опустился на вторую строчку.

Среди основных типов товаров аптечного ассортимента у категории БАД доля eCom одна из самых высоких – 24,3% от общей ёмкости аптечного рынка биодобавок по итогам 2023 года (без учёта СТМ).

В целом в 2023 г. продажи БАД в аптеках составили 127,6 млрд рублей и 415 млн упаковок. Развитие категории СТМ и рост популярности онлайн-площадок привело к тому, что биодобавки к пище стали одной из самых быстрорастущих категорий в ас-

сортименте. Последние четыре года рынок добавок к пище растёт двузначными темпами. Так, в 2023 г. прирост был 13,1% к предыдущему году. При этом в упаковках продажи держатся примерно на одном уровне: относительно 2022 г. объём потребления снизился менее, чем на 1%.

При анализе помесечной динамики к прошлому году можно наблюдать снижение продаж только в марте (-17,5% к третьему месяцу 2022 г.). Таким образом, аптечный рынок БАД без учёта марта вырос на 17,4%.

Стратегия продвижения БАД сменилась на «профилактику и комплексную терапию». На фоне повышения ценности здоровья БАД продвигались как полезные и важные для рациона. Российский фармрынок относится к архетипу «аптеки-пациенты», т. е. решения о покупке препаратов часто принимаются в аптеках по совету фармацевтов или самостоятельно.

В целях дополнительного контроля за обращением БАД рассматривается законодательная инициатива, которая позволит

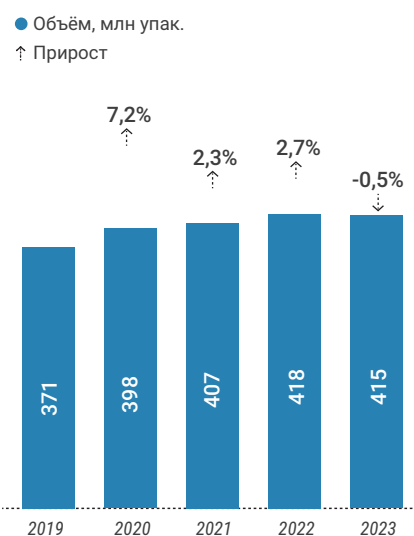
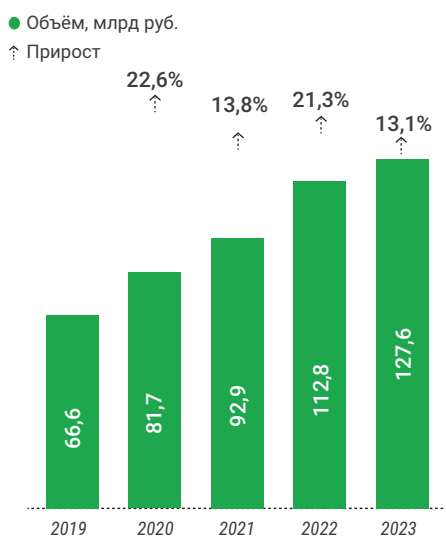


Рисунок 31

Динамика аптечных продаж БАД в России, 2019-2023 гг.

врачам назначать своим пациентам биологически активные добавки в качестве лечения, определяя его схему и указывая дозировку препаратов, выписывая рецепты. Сейчас медик может лишь порекомендовать человеку принять витамины или другие средства, а выписывать он может только лекарства.

Во время пандемии выросло потребление не только классических средств-иммуностимуляторов, но и пре- и пробиотиков, необходимых для формирования здорового микробиома. В результате спрос на пробиотики вырос на 23% и появилось более 100 новинок. Кроме того, учитывая особую опасность такого ковидного осложнения, как тромбоз, повысилась потребность в средствах, положительно влияющих на текучесть крови, что отразилось на росте популярности добавок с омега-3 полиненасыщенными жирными кислотами: ассортиментный ряд расширился почти на 180 наименований, и объем продаж увеличился на 17%. Наконец, из-за повышенной нервозности, страха за своё здоровье и благополучие близких люди чаще стали покупать добавки магния — их продажи выросли на 14%. Появились и новые тренды. Например, в 2023 году стали более по-

пулярны добавки с коллагеном — прирост составил +30%, БАД «для сердца» увеличились на 26% в стоимостном выражении.

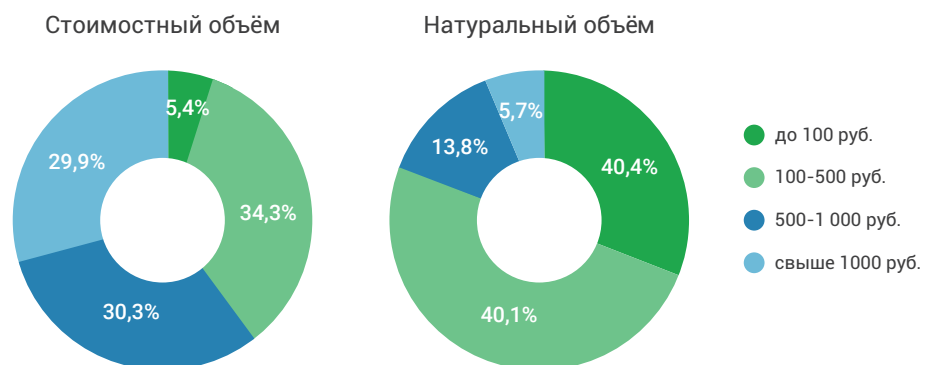
В среднем одна упаковка БАД в 2023 году обошлась потребителю аптеки в 307,1 рублей (розничная цена), что на 13,8% выше, чем годом ранее. А вот средневзвешенная цена закупки в аптеках стала ниже на 3,5% и составила 194,3 рубля за упаковку.

Рост цен и переключение потребителей на более дорогостоящие добавки заметно повлияли на структуру продаж по ценовым сегментам. Ощутимый прирост объёма продемонстрировал «высокий» ценовой сегмент (+29,3% в руб. и +29% в упак.). В результате структура рынка БАД в разрезе ценовых категорий изменилась в пользу биодобавок с ценой свыше 1 000 рублей — удельный вес данной группы добавок к пище вырос на 3,7% в стоимостном выражении и на 1,3% в натуральном эквиваленте. В итоге доля дорогостоящих добавок возросла до 30%.

При этом категории «от 100 до 500 руб.» (34,3%) и «от 500 до 1 000 руб.» (30,3%) всё ещё опережают по ёмкости самые дорогостоящие добавки.

Рисунок 32

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам в 2023 году



Наиболее востребованными у россиян на рынке по-прежнему остаются дешёвые БАД, при этом их объём реализации сократился на 6,9% в рублях и на 12,2% в упаковках. Как результат средства из ценового диапазона «до 100 рублей» постепенно вымываются с полок: в 2023 году их доля сократилась на 5,3% до 40,4% проданных упаковок. Из-за низкой стоимости в рублях вес нижнего сегмента немного превышает 5% (-1,2% по сравнению с 2022 годом). Бренды «Гематоген» и «Аскорбиновая кислота» составляют 24% от объёма продаж в упаковках сегмента с ценой «до 100 рублей».

Самая высокая доля СТМ у сегмента «от 100 до 500 руб.» (порядка 61% от объёма продаж ценовой категории в рублях и 52,1% в упаковках). Этот сегмент демонстрирует прирост к 2022 году на 26,8% в рублях и на 25,7% в упаковках. Бренды-лидеры в данном ценовом диапазоне: Consumed и «Витамир». Однако, как и по рынку в целом, в сегменте СТМ сильнее всего выросли самые дорогостоящие добавки, темп прироста год к году превысил 70% и в рублях, и в упаковках.

При необходимости экономии покупатель прибегает к онлайн-каналу: по состоянию

на конец прошедшего года количество проданных через интернет упаковок дорогостоящих БАД было примерно втрое больше, чем в аптечных организациях. При этом решающим фактором выбора являлось зачастую не удобство, а ценовое предложение.

Динамика цен на биодобавки была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса. Одной из причин роста средневзвешенных цен стала инфляция на БАД. В 2023 году цены в рублях на БАД увеличились на 10,7%, но показатель был ниже, чем в 2022 году. При этом отметим, что основной рост цен пришёлся на осень 2023 года: до сентября инфляция была на уровне 3%, а за последние четыре месяца в среднем цены выросли на 8%.

БАД позиционируются производителями как добавки к пище для профилактики различных заболеваний. Классификатор БАД по действию, разработанный в компании DSM, содержит 16 разделов, большинство из которых имеют 2-й подуровень, а некоторые разделы – 3-й.

Рейтинг за год практически не изменился. Добавки, действующие на органы чувств (+30%), сместили с 11-й строчки БАД, дей-

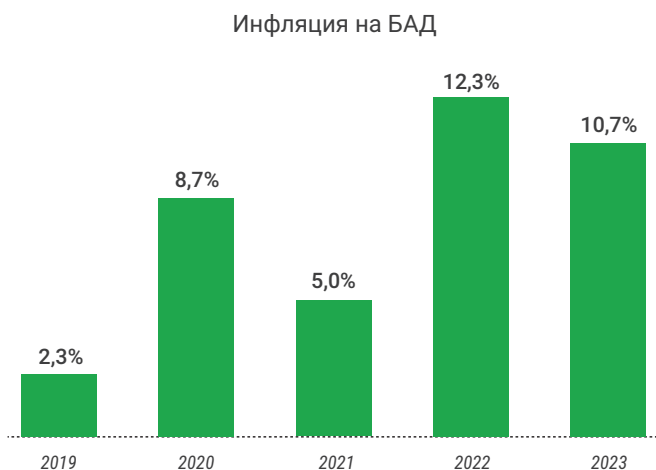


Рисунок 33

Изменение цен БАД на аптечном рынке России

Таблица 21

Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД в 2023 году

Рейтинг	Изменение к 2022	Группа	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	-	[V] БАД, действующие на организм в целом	37 414	29,3%	1,0%
2	-	[A] БАД, действующие на пищеварительную систему	25 530	20,0%	16,8%
3	-	[N] БАД, влияющие на функции центральной нервной системы	12 750	10,0%	16,8%
4	-	[M] БАД, применяемые при заболеваниях костной системы	10 369	8,1%	23,8%
5	-	[G] БАД, влияющие на репродуктивную систему	9 423	7,4%	15,9%
6	-	[C] БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы	6 459	5,1%	21,0%
7	-	[R] БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы	5 673	4,4%	17,8%
8	-	[D] БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами	3 432	2,7%	6,6%
9	-	[I] БАД, поддерживающие функцию иммунной системы	3 428	2,7%	30,5%
10	-	[B] БАД, действующие на кроветворную систему	2 912	2,3%	22,8%
11	+1	[S] БАД, действующие на органы чувств	2 702	2,1%	30,0%
12	-1	[U] БАД, действующие на мочевыделительную систему	2 248	1,8%	6,9%
13	-	[W] БАД для похудения и очищения организма	1 999	1,6%	10,6%
14	-	[T] БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях	1 713	1,3%	52,0%
15	-	[H] БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции	1 363	1,1%	70,5%
16	-	[J] БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях	158	0,1%	-9,6%

ствующие на мочевыделительную систему (+6,9%), в результате более высокой динамики.

Традиционно самыми востребованными на рынке остаются добавки общего назначения группы [V] «БАД, действующие на организм в целом» (доля 29,3% в руб.). При сравнении с 2022 годом объём реализации этой группы БАД вырос лишь на 1%, что несомненно повлияло на снижение её доли на 3,5%. Основные бренды биодобавок в группе [V]: Solgar (доля в продажах группы – 14,1% в руб.) одноимённой корпорации и «Фемибион» (5,6%) компании Dr.Reddy's.

Вторую строчку удерживает группа [A] «БАД, действующие на пищеварительную систему» (20%), которая продемонстрировала прирост продаж на 16,8%. В данной группе наиболее востребованы позиции «Бак-Сет» (доля в продажах группы – 12,4% в руб.) компании PharmaMed и «Максилак» (8,7%) отечественного производителя «Биннофарм Групп».

Третье место – у группы [N] «БАД, влияющие на функции центральной нервной системы» (10%), которая также показала положительную динамику продаж: +16,8%.

Группу возглавили добавки из линеек «Витамир» (доля в продажах группы – 7,8% в руб.) от «Квадрат-С» и Anti-Age (6,4%) от «Эвалар».

Все группы за исключением одной показали положительную динамику. Максимальный темп прироста был отмечен у следующих групп:

- БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции (+70,5%): положительную динамику группе [H] обеспечили бренды компании «Эвалар» Evalar Laboratory (+3058,9%) и «Олиджим» (+387,5%);
- БАД при отравлениях и интоксикациях (+52%): реализация брендов группы [T] «Эвалар Транзит Лимфотранзит», «Сорби-пол» и «Альфасорб» возросла на 563,9%, 406,1% и 39,3% соответственно;
- биодобавки, поддерживающие функцию иммунной системы (+30,5%), на третьем месте по годовому темпу прироста: бренды «Бэби Формула» (+187,2%), а именно «Эвалар Бэби Формула Мишки Иммунитет», «Эвалар Бэби Иммунитет» и «Эвалар Бэби Витамин С», «Бак-Сет Колд/Флю» (+170,4%) и «Витрум Иммунактив» (+169,2%) сыграли основную роль в положительной динамике группы.

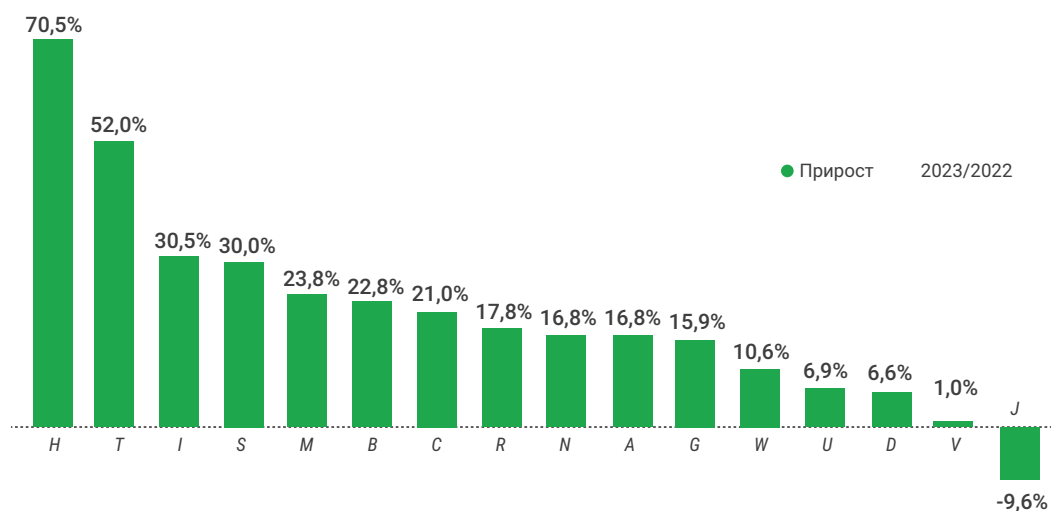


Рисунок 34

Динамика продаж БАД по разделам классификатора в рублях

Таблица 22

ТОП-20 брендов БАД
в России в 2023 году

Рейтинг	Изменение к 2022	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2022
1	-	Эвалар	15 576	12,2%	19,7%
2	-	Solgar	8 229	6,5%	1,5%
3	+3	Витамир	3 647	2,9%	26,9%
4	+3	Бак-Сет	3 312	2,6%	23,2%
5	-1	Доппельгерц	3 135	2,5%	5,9%
6	-1	Consumed	3 091	2,4%	5,5%
7	+16	Будь Здоров!	2 290	1,8%	297,7%
8	-	Максилак	2 222	1,7%	-2,9%
9	-	Фемибион	2 081	1,6%	0,9%
10	-	Детримакс	1 919	1,5%	1,4%
11	+16	Импловит	1 767	1,4%	229,0%
12	-1	Витрум	1 589	1,2%	6,1%
13	+47	Gross Hertz	1 430	1,1%	400,4%
14	+1	Bificin	1 126	0,9%	23,1%
15	-1	Natures Bounty	958	0,8%	-2,9%
16	-4	Мирролла	901	0,7%	-30,0%
17	+62	PL	893	0,7%	301,5%
18	+3	Vivacia	861	0,7%	24,0%
19	-1	Фитомуцил	833	0,7%	-1,8%
20	-3	Элевит	796	0,6%	-7,2%

Продажи упали только у группы, актуальной в сезон простуд, [J] «БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях» (-9,6%). Объем реализации добавок «Лизолор Комплекс Мурамидазы и Витамина В6» (-73,5%), «Consumed Анти-вирус Комплекс» (-38,9%) и «Вируксин» (-16,8%) в 2023 году заметно сократился.

ТОП-20 брендов БАД, лидирующих по объёму продаж на рынке России

По итогам 2023 года на аптечных полках было представлено свыше 3 600 брендов БАД (порядка 17,1 тыс. SKU) от 1,2 тыс. производителей. За год на рынке появилось около 300 новых брендов. Если раньше новинки легко занимали топовые позиции за счёт грамотного продвижения, то сейчас привлекательности «интересные» продукты стало сложнее.

Самой успешной «новинкой» стала СТМ Allvit (несколько производителей), объём продаж которой по итогам года составил 318 млн руб. В линейке 14 продуктов разной направленности. Наибольшим спросом пользовались добавки «Allvit Омега 3-6-9 капсулы 1 400 мг № 60» и «Allvit Витамин D3 капсулы 2 000 МЕ 700 мг № 120».

В рейтинге ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объёмам продаж, можно отметить ряд существенных изменений. Тройка лидеров также отметилась перестановками. В итоге первые три места заняли линейки, включающие в себя широкий перечень продукции: «Эвалар» (12,2%) и Solgar (6,5%) от одноимённых производителей и «Витамир» (2,9%) от компании «Квадрат-С».

В рейтинг вошло пять новых брендов: «Будь Здоров!» (+297,7% и +16 мест), «Импловит» (+229% и +16 мест), Gross Hertz (+400,4%

и +47 мест), PL (+301,5% и +62 места), Vivacia (+24% и +3 места). Все указанные добавки являются СТМ.

Наименее удачно год сложился для бренда «Мирролла»: в результате снижения объёма продаж на 30% марка опустилась в ТОП-20 с 12 на 16 позицию.

На рынке биологически активных добавок преобладают средства российского производства. Отечественные БАД занимают 81,9% натурального объёма продаж и 63,8% стоимостного. За год структура рынка биодобавок изменилась в пользу российских продуктов: их вес вырос на 4% в рублях и на 1% в упаковках.

Политическая и экономическая ситуация повлечёт за собой дальнейшее увеличение доли отечественных производителей. Летом 2023 года Минэкономразвитием было предложено запретить ввоз в Россию БАД из «недружественных стран». Наряду с этим Национальный союз защиты прав потребителей предложил ввести ограничительные ввозные пошлины в размере 220%. К слову, российские производители БАДов поддержали идею заградительных ввозных пошлин в размере 50-70%. Обе рекомендации не были поддержаны министерством и Роспотребнадзором.

Кроме того, Правительство расширило возможности заключения специальных инвестиционных контрактов (СПИК) по выпуску БАД, включив в перечень научных организаций, предоставляющих инвесторам оценку уровня применяемых технологий, их актуальности и конкурентоспособности для заключения СПИК 2.0, ФНЦ пищевых систем им. В.М. Горбатова и ФИЦ питания и биотехнологии. То есть российские инвесторы получают меры господдержки в виде

преференций (например, пониженная ставка по налогу на прибыль организаций на весь срок действия контракта с возможностью её полного обнуления) при условии выполнения определённых контрактом обязательств. Это обеспечит стабильность условий ведения бизнеса для отечественных компаний.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить увеличение продаж у обеих категорий в стоимостном объёме, однако темпы прироста сильно варьируются: если российские добавки выросли на 20,7% к 2022 году, то импортные – только на 1,9%. В упаковках продукты зарубежных производителей вообще отметились снижением реализации на 5,6%. А количество закупленных российских БАД практически не изменилось относительно прошлого года (+0,6%).

Средняя стоимость упаковки отечественного БАД в 2023 году составила 239 руб. (+20% относительно 2022 г.), что в 3 раза ниже стоимости упаковки импортного средства – 615 руб. (+7,9%).

Среди иностранных производителей лидируют БАД производства США (42,5%),

Германии (12,8%) и Индии (8,3%). Среди американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar (серия БАД Solgar), PharmaMed («Бак-Сет» и «Фитомуцил») и Unipharm («Детримакс»). Список немецких производителей возглавляют корпорации Queisser Pharma (серия БАД «Доппельгерц») и Bayer («Элевит»). Среди производителей из Индии лидируют компании Dr.Reddy's (БАД «Фемибион») и Sun Pharmaceutical («Неотрависил»).

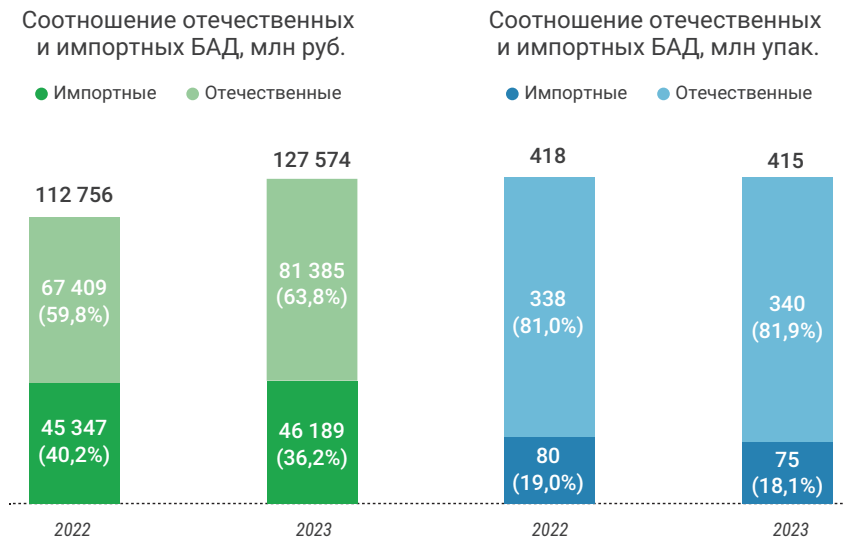
ТОП-20 производителей БАД, лидирующих по объёму продаж на рынке России

Концентрация производителей на фармацевтическом рынке добавок к пище довольно высокая – ТОП-20 компаний занимает 60,5% рынка.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет является российская компания «Эвалар» (доля 14,4% в руб.), которая опережает по обороту в рублях ближайшего конкурента – компанию Solgar – более чем в два раза. В 2023 году объём реализации производителя заметно вырос – на 19% относительно прошлого года, при этом доля

Рисунок 35

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства 2022-2023 гг.



Эвалара на рынке увеличилась менее, чем на 1%. Положительная динамика фирмы обеспечена ростом потребления биологически активной добавки к пище, применяемой при сахарном диабете, «Олиджим» (+387,5% относительно 2022 года), жевательных мармеладных витаминов для детей «Бэби Формула» (+130,7%) и продуктов из линейки нутрицевтиков для «управления возрастом» Anti-Age (+61,9%). А вот реализация добавки, нормализующей процессы возбуждения и торможения в ЦНС, «Формула Спокойствия» (-22,6%), БАДа, влияющего на мозговую деятельность, «Эвалар Глицин» (-11,9%) и добавки, применяемой при заболеваниях печени и желчного пузыря, «Овесол» (-9,9%), наоборот, уменьшилась. В 2023 году портфель Эвалара включал 544 различных торговых наименования БАД, объединённых в 121 линейку с одним брендом. Ежегодно на рынок запускаются новые продукты компании. В 2023 году на прилавках аптек появилось более 70 новых БАД с учётом формы выпуска. Самая успешная новинка – добавка из уже представленной на рынке линейки «Эвалар Транзит Лимфотранзит», ускоряющей выведение из организма токсических веществ, на этот раз в капсулах «Эвалар Транзит Лимфотранзит капсулы 0,46 г № 30»

(ранее в линейке было только два продукта – напиток и шипучие таблетки). Объём реализации нового продукта составил около 59 млн рублей.

В конце 2023 года лидер российского рынка БАД запустил собственное мобильное приложение Fitomarket, которое выпущено под брендом маркетплейса производителя. За год доля eCom у корпорации увеличилась с 15% до 21%.

Стабильными остаются позиции американского производителя Solgar (6,5%), удерживающего вторую строчку. У компании с самой высокой долей онлайн-продаж (44,9%) всего один бренд – Solgar, который имеет целую серию биологически активных добавок с широким спектром действия: от БАД, действующих на организм в целом, до добавок, поддерживающих функционирование отдельных систем органов. Если по рынку добавок в целом прирост продаж производителя составил только 1,5%, то в онлайн-сегменте он заметно выше – 13,1%. В общей сложности в аптеках было реализовано 113 торговых наименований, средневзвешенная цена которых составила 1 563,4 рубля. Объём реализации у семи из десяти основных торговых наименований компании упал.

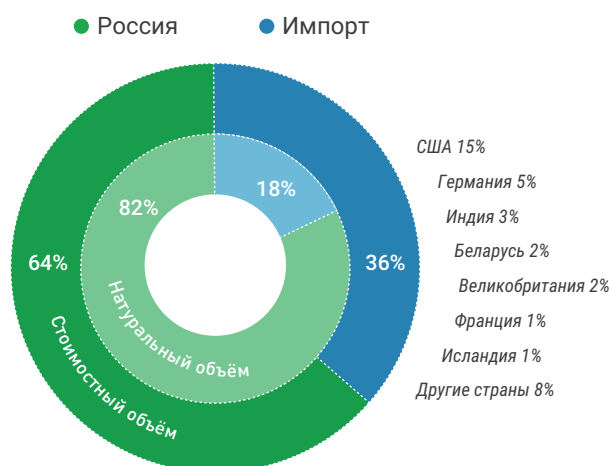


Рисунок 36

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства по странам в 2023 году

Таблица 23

ТОП-20
производителей БАД
в России в 2023 году

Примечание:
под
«производителем»
понимается
головная компания,
которая может
объединять
несколько
производственных
площадок.

Рейтинг	Изменение к 2022	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2022	Доля онлайн-сегмента в продажах компании
1	-	Эвалар	18 419	14,4%	+19,0%	20,6%
2	-	Solgar	8 229	6,5%	+1,5%	44,9%
3	+1	Квадрат-С	8 083	6,3%	+52,6%	5,1%
4	-1	PharmaMed	5 868	4,6%	+4,4%	22,1%
5	+1	Мирролла	4 771	3,7%	+56,4%	2,9%
6	-1	ВТФ	3 858	3,0%	-21,2%	2,5%
7	+1	Queisser Pharma	3 136	2,5%	+5,9%	21,8%
8	-1	Unipharm	3 131	2,5%	+3,4%	22,8%
9	-	Stada	2 934	2,3%	-0,8%	22,1%
10	+3	Полярис	2 508	2,0%	+68,9%	3,5%
11	-1	Dr.Reddy's	2 462	1,9%	+5,4%	25,2%
12	-1	Биннофарм Групп	2 222	1,7%	-3,1%	15,3%
13	+3	Аптека Сервис Плюс	1 746	1,4%	+49,8%	0,1%
14	-	Bausch Health	1 706	1,3%	+20,8%	12,9%
15	+12	Грин Сайд	1 643	1,3%	+110,0%	5,2%
16	+16	Эрциг	1 536	1,2%	+124,8%	5,9%
17	-2	Отисифарм	1 381	1,1%	+2,4%	21,4%
18	-1	Laboratoires Ineldea	1 272	1,0%	+11,4%	8,9%
19	+5	Аквион	1 153	0,9%	+32,0%	40,9%
20	-2	Спектрум	1 131	0,9%	+7,8%	4,7%

Наибольший темп снижения был отмечен у позиций, рекомендуемых производителем в качестве дополнительного источника витамина D – «Solgar Витамин D3» (-29,1% к 2022 году), цинка – «Solgar Пиколинат Цинка» (-19,5%) и БАД «для красоты» «Solgar Кожа/Ногти/Волосы» (-15,3%). При этом в портфеле производителя присутствует и «растущая» группа биодобавок: «Solgar Цитрат Магния» (+36,9%), «Solgar Кангавитес Комплексная Формула Мультивитамины/Минералы» (+26,7%) и «Solgar Джентл Айрон Легкодоступное Железо» (+13%).

На третье место с четвертого в 2023 году поднялся производитель «Квадрат-С» (6,3%), который продемонстрировал увеличение объема реализации на 52,6%. Портфель фирмы вклю-

чает в себя две ключевые линейки – «Витамир» (+26,9% к 2022 г.) и Tetralab (+198,2%).

Высокими темпами растут производители с весомой долей СТМ в своём портфеле – это «Квадрат-С» (+52,6%), «Мирролла» (+56,4%), «Полярис» (+68,9%), «Аптека Сервис Плюс» (+49,8%), «Грин Сайд» (+110%). При этом у данных производителей доля eCom составляет менее 6%.

Самое заметное перемещение по рейтингу (+16 позиций за год) показала российская компания «Эрциг» (+124,8% к 2022 году) с ключевой линейкой Erzig.

6. Косметика (аптечные продажи)

Косметика пока еще остается третьей категорией по объему продаж в аптеках. Однако сложившиеся тренды за последние несколько лет, скорее всего, приведут к снижению доли косметической продукции в аптечном канале. Основным фактором этого процесса будут общие тенденции, складывающиеся на рынке «ухода за собой» в целом. Большая часть изменений объясняется последствиями санкций 2022 года.

Например, уход с российского рынка мировых брендов косметики спровоцировал бум появления на рынке новых марок. По данным крупных ретейлеров, за 2022 год появилось 1 000 новых наименований косметики в «Золотом яблоке» и 400 у «Магнит косметик». В «Рив Гош» – 100 новых российский брендов, порядка 170 – марок производителей иных стран, при этом отдельно компания выделила направление аптечной и профессиональной косметики. В сети «Лэтуаль» появилось более 800 новых брендов, из них 200 российских.

Конъюнктурное изменение рынка спровоцировало и изменения в потребительском поведении. По данным опроса «Б1» (среди 1 000 респондентов в мае 2023 г.), 17% россиян готовы отказаться от известных парфюмерных брендов, которые ушли из России, а, следовательно, готовы переключиться на что-то другое. В результате повысился интерес к отечественным маркам, особенно с историей присутствия на рынке. Наиболее сильно это заметно в категориях ух-

да за телом, за лицом и за волосами. И сам российский производитель способствует такому изменению: качественный состав, фокус на ингредиенты, действенность средства, конкурентоспособная упаковка (когда очень трудно сразу понять, иностранный это бренд или отечественный), увеличение промоционных активностей. Понятие «импортная – значит качественная» уже мало применимо к категории «косметика».

Влияние экономических факторов (снижение доходов населения, более высокий рост цен на косметику) приводит к перераспределению спроса внутри отдельных косметических категорий. Такие категории, как шампуни, гели для душа, средства для очищения лица, стали больше продаваться и в высоком, и в низком ценовых сегментах одновременно: увеличились продажи очень дорогих и очень дешевых продуктов; упали – товары средней цены. А такие категории, как уход за губами, за телом и руками, за лицом, наоборот, усреднились: перетекли в средний ценовой сегмент за счет снижения продаж в высоком и низком ценовых сегментах.

В целом продажи косметики в 2023 году выросли по итогам года на 10% в рублях и упали на 9% в натуральном выражении (по данным NielsenIQ). При этом офлайн-продажи косметики имеют более пессимистичные тренды. Это происходит за счет активного расширения ассортимента на онлайн-маркетплейсах: у них можно найти и официаль-

но «ушедшие» бренды. По данным площадок, продажи категорий растут кратно. Например, на Wildberries за девять месяцев 2023 г. продажи косметики в натуральном выражении выросли на 95% год к году, косметических масок продано больше на 108%, кремов – на 91%, дезодорантов – на 93%, шампуней – на 82%. На Ozon оборот товаров из категории «красота и здоровье» вырос на 58%, а количество заказов почти вдвое. На «Мегамаркете» продажи косметики и парфюмерии за 2023 г. выросли год к году в 3,6 раза, на «Яндекс.Маркете» – на 126%.

Расширение ассортимента предложения может спровоцировать увеличение доли контрафактной продукции (особенно на маркетплейсах с низкой степенью контроля качества выставляемых на продажу товаров). Инструментом контроля станет маркировка отдельных видов парфюмерно-косметической продукции и бытовой химии. Эксперимент по данным группам стартует в России с 15 января 2024 года. Он продлится до 28 февраля 2025 года. В рамках него будет проведена маркировка средств для макияжа, ухода за волосами, зубных паст и других средств для гигиены полости рта, косметических товаров

для бритья, дезодорантов, мыла и моющих средств. В результате, расширится и ассортимент «маркируемых» позиций, который продаются в аптечном канале.

А с 1 сентября 2023 г. вступило в силу Постановление Правительства РФ от 30.05.2023 г. № 870 по обязательной маркировке антисептиков. Поэкземплярный учёт косметической продукции, предназначенной для гигиены рук, с заявленным антимикробным действием, начнётся с 1 сентября 2025 г.

Косметические средства, реализуемые в аптеках, занимают порядка 6-7% общего рынка «ухода за собой». Посмотрим, какие из описанных трендов актуальны и для аптечной косметики.

После удачного для рынка косметики 2022 года, в 2023 году мы снова наблюдаем отрицательную динамику. Потребители аптек израсходовали на 3,3% меньше средств, чем годом ранее. В стоимостном выражении ёмкость рынка составила 48,9 млрд рублей. Основное влияние на снижение продаж косметики оказал спрос на селективную косметику, который упал на 8,9% в денежном эквиваленте.

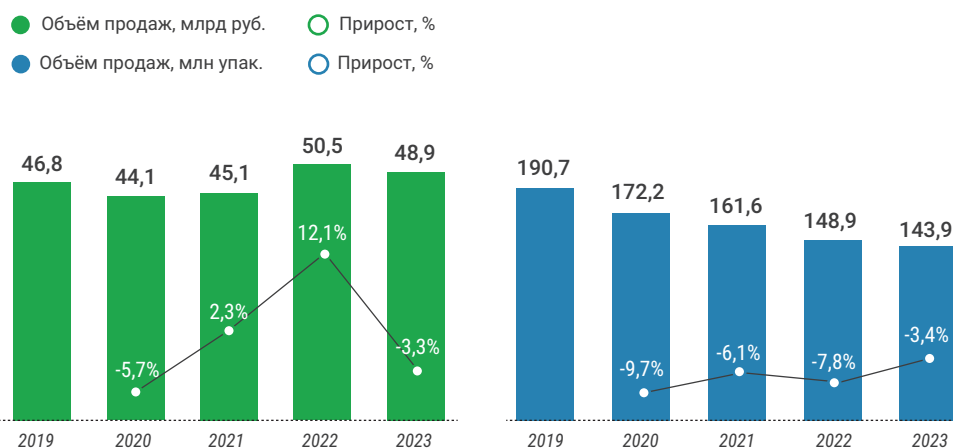


Рисунок 37

Динамика объёма продаж аптечной косметики в России в 2019-2023 гг.

В последние несколько лет мы наблюдаем отрицательный тренд потребления в упаковках. В 2023 г. он замедлился: темп снижения составил всего 3,4% к 2022 г. За год аптеки реализовали 143,9 млн упаковок.

Если сравнивать ежемесячно объёмы продаж с показателями прошлого года, то можно отметить, что наибольшее падение рынок показал в марте (-36,7% к марту 2022 г.). Без учёта этого месяца рынок аптечной косметики показывает прирост на 1,8%. Таким образом, можно ожидать, что в 2024 году аптечные продажи косметики вернуться к положительному приросту.

По итогам 2023 г. косметика заняла третью строчку (после лекарственных препаратов и БАД) в структуре продаж аптек.

Ассортимент косметики в аптеках продолжает пополняться из года в год, причём увеличение происходит как за счёт новых брендов, так и в результате расширения уже существующих линеек. Российские аптеки в 2023 г. реализовали более 2,8 тыс. различных брендов косметики (33 тыс. SKU). Производители предложили потребителю около 150 новых брендов. Однако ни одна из новинок не смогла войти в ТОП-300 по объёму. Самым удачным из них стал бренд, занявший 313-е место, – лечебная косметика для волос «Себолепт» (компания «Фармтек») против перхоти, зуда кожи головы и для улучшения роста волос. Серия включает два шампуня и бальзам-ополаскиватель, их продажи за анализируемый период суммарно превысили 21,5 млн руб.

Косметика находится в лидерах по доле eCom в нелекарственном ассортименте аптек. В общем итоге за 2023 г. доля косметических средств, заказанных через аптеч-

ный «онлайн», составила 17,1% или 8,4 млрд руб., что на 1,3% больше, чем аналогичная цифра в 2022 г. (а прирост в абсолютных цифрах по «онлайну» составляет 4,3%). Чаще всего через интернет бронируется селективная косметика (доля eCom 22,9%), которая представлена преимущественно в аптеках (такие марки, как La Roche-Posay, Vichy, Bioderma и т.д.). Это объясняется ещё и тем, что потребитель активно использует онлайн-площадки для покупок с целью выбора оптимальной цены. Именно премиальная косметика имеет максимальную средневзвешенную стоимость упаковки (1 250 руб.), поэтому в этой категории чувствительность к цене более высокая.

Косметические средства можно классифицировать по различным признакам: по цене, целевому назначению, возрасту и социальной группе, по действию или показанию к применению. Компания **DSM Group** провела анализ позиций и предложила свою классификацию косметических товаров в зависимости от назначения, действия и стоимости. Косметика, которая реализуется через аптечные сети, была разделена на три ключевые группы:

Селективная косметика (премиум и люкс класс) – элитные, престижные косметические средства, характеризующиеся наличием специализированных линеек, чётко разделённых между собой и предназначенных для определённого состояния кожи или волос (например, марки La Roche-Posay, Vichy, Bioderma). В основном это дорогостоящая продукция.

Лечебная (активная) косметика – косметика, применяемая для лечения и профилактики определённых заболеваний, содержит биологически активные вещества (к

ней относятся марки «Боро Плюс», «Лошадиная Сила», «911 Ваша Служба Спасения» и т.д.).

Косметика mass-market – доступная по цене косметика, предназначенная для ухода за кожей, волосами и ногтями; реализуемая как в аптечных учреждениях, так и в других торговых точках (EVO, Nivea, «Флоресан» и др.).

За год структура рынка изменилась в пользу СТМ косметики, доля которой увеличилась на 2,1% в руб. и на 3,8% в упак. При этом вес СТМ в общих продажах косметики в аптеках составляет только 6,1% от стоимостного объёма и 10,6% от натурального по итогам года. Стоит отметить, что данная категория активно продолжает расти второй год подряд (+45,6% и +50,9% соответственно).

Если рассматривать динамику в абсолютных показателях, то именно селективная

косметика показала самое значительное снижение к цифрам 2022 г. Объём продаж в стоимостном выражении снизился на 8,9%, в натуральном эквиваленте зафиксировано падение потребления на 14,6%. Из 10 ведущих брендов люксовой косметики наибольший темп снижения показали марки Ducray (-12,5% в руб.), Librederm (-11,5%) и Vichy (-10,8%). Таким образом, доля селективной косметики уменьшилась на 2,2% до 34,8% в рублях и на 1,2% до 9,4% в упаковках.

Сегмент активной (лечебной) косметики по-прежнему остаётся самым востребованным, занимая почти половину объёма продаж всей косметики в аптеках. Поэтому лечебные косметические продукты играют важную роль в динамике рынка в целом: -1,9% в руб. и -5,8% в упак. Его вес увеличился на 0,6% в стоимостном объёме, но при этом уменьшился на 1,3% в натуральном. За год аптеки реализовали 1 075 брендов активной косметики производства

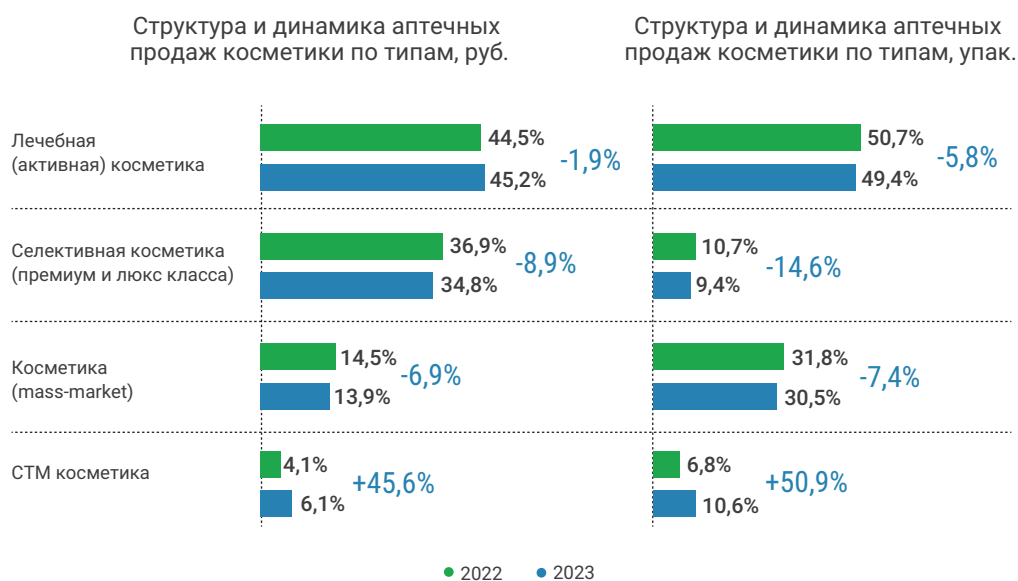


Рисунок 38

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара

519 компании (около 5,5 тыс. SKU). Продвижение данных товарных позиций на стыке нелекарственного и лекарственного ассортимента, доступная ценовая политика определяет спрос на эту категорию косметики.

Снижение потребления наблюдается и в сегменте mass-market косметики. Стоит отметить, что для косметики массового потребления аптека не является основным каналом продвижения. В результате заметного падения объёма реализации вес этого типа косметики сократился на 0,5% в денежном выражении и на 1,3% в натуральном. Хотя mass-market косметика занимает 30,5% от объёма проданных упаковок, в рублях её доля составляет всего лишь 13,9%, так как эта категория представлена преимущественно дешёвыми средствами. В большей мере продажи mass-market косметики в розничных фармточках или носят импульсный характер, или являются допродажей.

В 2023 г. средневзвешенная цена одной упаковки косметического средства в розничных ценах аптек составила 340 руб. Относительно 2022 г. цена практически не изменилась (+0,1%). При рассмотрении рынка

по сегментам можно увидеть, что все категории выросли в цене за исключением СТМ (-3,5%). Наибольший прирост показала премиальная косметика, средневзвешенная цена за упаковку которой стала выше на 6,6% к 2022 г. и составила 1 250 руб. Цена одной упаковки активной косметики стала выше на 4,1%, цена на косметику из масс-маркета выросла на 0,5%.

Если рассматривать косметику в разрезе целевого предназначения, то самой востребованной косметикой традиционно остаётся универсальная (на её долю пришлось 30% объёма продаж упаковок), рассчитанная на любого потребителя. В рублях же многофункциональные средства опустились в 2023 г. на третью строчку, а наибольший вес – у средств для лица (24%) и тела (22,2%).

Три из пяти ведущих групп показали отрицательную динамику продаж: косметические средства для лица (-8,1% в руб.), а также универсальная косметика (-5,6%) и средства для волос и кожи головы (-4,3%). А вот средства для интимной гигиены (+13,3%) отметились наибольшим темпом прироста среди всех групп.

Рисунок 39

Средневзвешенная цена косметического средства в аптеках



В натуральном выражении просматривается аналогичная ситуация, самое заметное снижение – у косметики для ухода за волосами и кожей головы (-12,3% в упак.). При этом продажи косметики для губ и тела выросли на 2% и на 0,6% соответственно.

Наибольший вес в структуре косметики по возрастному критерию занимает косметика, рассчитанная на все возрастные категории (более 80% стоимостного и натурального объёма продаж). На второй строчке расположилась косметика для детского и младшего детского возраста (с 0 до 14 лет): 7,8% в рублях и 13,2% в упаковках. Замыкает тройку лидеров косметика для людей среднего возраста (после 25 лет) с долей рынка 5,4% в рублёвом эквиваленте. В этой категории наблюдается перевес в сторону высокомаржинальной премиальной и люксовой косметики – 78% объёма в рублях данной категории приходится на селективную косметику.

Российская косметика более востребована на фармрынке, чем зарубежная, отечественные косметические средства занимают более 79,9% от натурального объёма реализации.

При анализе продаж в рублёвом эквиваленте можно отметить, что рынок практически разделён пополам, однако наблюдается небольшой перевес в сторону отечественной продукции (порядка 54,8% продаж).

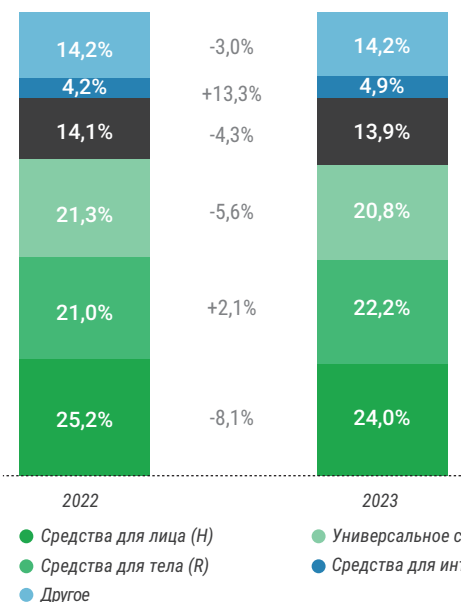
Внутри сегментов соотношение отечественной и зарубежной косметики заметно отличается (рис. 43).

В 2023 г. премиальная косметика была представлена в основном импортными косметическими средствами, которые занимают 88% рынка в рублях и 70% в упаковках. На российские бренды Librederm и 8.1.8 Beauty Formula приходится 99% продаж отечественной селективной косметики в рублях.

В сегменте лечебной (активной) косметики, наоборот, преимущество на стороне российских брендов, которые лидируют как по стоимостному (77%), так и по натуральному (83%) показателям.

Доля отечественной косметики, которая преобладает в масс-маркет сегменте, за год увеличилась ещё на 10,9% в рублях и на 6,8% в упаковках. Ключевыми брен-

Структура аптечных продаж косметики по целевому назначению средств (руб.)



Структура аптечных продаж косметики по целевому назначению средств (упак.)

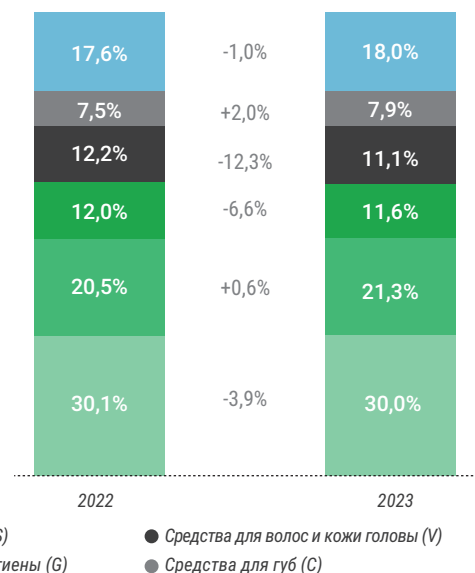


Рисунок 40

Структура косметики по целевому назначению в 2023 г.

дами, произведёнными российскими компаниями, являются EVO, «Моё Солнышко» и «Детский Крем», которые совокупно занимают 17,3% рынка в рублях.

Селективная косметика

В 2023 г. аптеки реализовали 13,6 млн упаковок премиальных косметических средств на сумму около 17 млрд рублей. Относительно 2022 г. число проданных пачек сократилось на 14,6%, объём израсходованных средств также уменьшился – на 8,9%. Перестановки затронули только вторую половину рейтинга. В ТОП-10 вошли две новые марки – 8.1.8 Beauty Formula (+4 строчки) и Eucerin (+3 строчки).

В результате значительного снижения продаж рейтинг ключевых брендов покинули марки CeraVe (-84% и 12-е место по итогам 2023 г.) и Filorga (-57,1% и 11-е место).

Французский бренд La Roche-Posay (+3,3% к 2022 г.) компании L’Oreal удерживает первую строчку. Вес бренда на рынке существенно вырос: на 3,5% до 29,6%. Косметические средства La Roche-Posay, разработанные на основе термальной воды, специально предназначены для проблем-

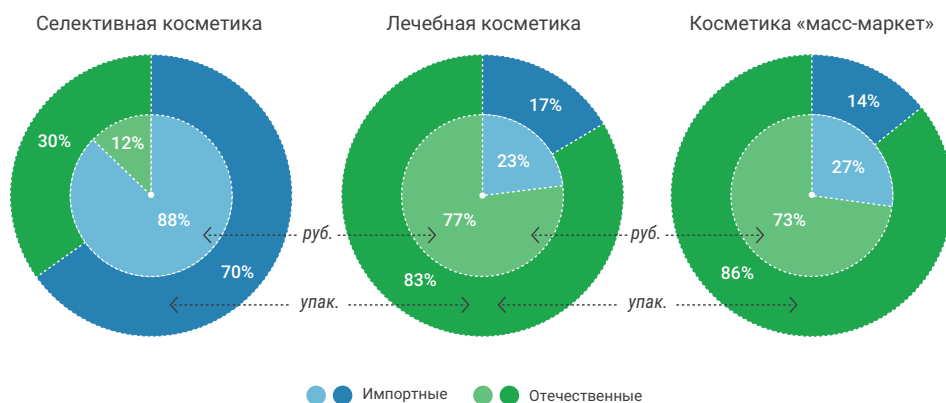
ной кожи, поэтому 40,6% продаж бренда занимают линейки Effaclar (специальная серия для ухода за жирной и проблемной кожей, склонной к акне) и Lipikar (средства для ухода за сухой, обезвоженной и чувствительной кожей, склонной к атопии). Всего в портфеле бренда около 300 полных торговых наименований.

На втором месте расположилась также косметическая продукция фирмы L’Oreal под маркой Vichy (-10,8%), предназначенная для поддержания здоровья и красоты кожи. Доля бренда Vichy в сегменте селективной косметики уменьшилась на 0,4% до 17,3%. 30,2% от объёма продаж марки приходится на средства для антивозрастного ухода (группа [A13] «Старение кожи, морщины»): ассортиментные линейки Neovadiol в период менопаузы, Liftactiv против морщин и для упругости, Slow Age против первых признаков старения, а также и солнцезащитные средства Capital Ideal Soleil (именно позиции anti-age из линейки). Всего в аптеках было реализовано 420 SKU, средневзвешенная цена которых составила 1 794 рубля.

Третья строчка в категории селективной косметики принадлежит бренду Bioderma

Рисунок 41

Соотношение аптечных продаж косметики по происхождению в зависимости от типа косметического товара в 2023 г.



производства Bioderma Laboratories: доля бренда на рынке увеличилась с 11,2% до 12,8% в стоимостном объёме за счёт прироста продаж на 3,8% относительно 2022 г. В линейку входит 174 позиции, из них наибольший вес занимают средства для лица (около 50%). Ключевые линейки внутри марки: Sensibio (35,4%) для чувствительной кожи, склонной к покраснениям, раздражениям, к появлению аллергии, купероза, розацеа и дерматита; Atoderm (27,8%) для ухода за атопичной, сухой, очень сухой и чувствительной кожей лица и тела; Sebium (20%) для жирной и комбинированной кожи лица с тенденцией к акне, которая помогает нормализовать выработку себума, сужает поры и уменьшает жирный блеск.

Максимальный темп прироста продемонстрировали дермокосметологические средства Uriage (+23,3%; +1 строчка), которые успокаивают раздражённую кожу, снимают покраснения и усиливают защитный барьер кожи. Внутри марки лидирует косметика для склонной к аллергическим реакциям кожи, для жирной, проблемной кожи, склонной к акне, при атопических дерматитах (доля 65,1%). Основные гаммы марки: солнцезащитные средства Bariesun, продукты для сухой и склонной к атопии коже Xemose, средства на основе термальной воды Eau Thermale.

Также стоит выделить новинки: аптечная косметика для ухода за кожей и волосами Eucerin (+16,6%) и продукты для профилактики и защиты кожи от признаков усталости и нервного перенапряжения 8.1.8 Beauty Formula (+9,4%).

У ведущих премиальных брендов доля онлайн-продаж достаточно высокая. Наиболь-

ший вес eCom наблюдался у Eucerin (доля 43,3% в руб.), Ducray (41,8%) и Topicrem (34,8%).

«Лечебная» косметика

Активная косметика представляет собой средства для ухода за кожей, которые позиционируются производителями как обладающие лечебными свойствами наряду с решением эстетических задач. Эта группа косметики занимает лидирующие позиции на аптечном рынке. В отличие от премиальной косметики, ориентированной в большей степени на решение проблем кожи лица, активная косметика имеет более широкий спектр показаний к применению. Основную долю в продажах этой группы ассортимента занимают продукты, применяемые при растяжениях, ушибах, заболеваниях суставов воспалительного характера (доля 9,4% в руб.), для ухода за сухой и очень сухой, раздражённой кожей (9,4%), при различных повреждениях и заболеваниях кожи (трещинах, ссадинах, порезах, ожогах) (8,7%).

На ТОП-10 брендов приходится 27,9% продаж категории активной косметики, что заметно ниже, чем в сегменте люксовых марок (89,6%). Это связано в том числе и с тем фактором, что линейки селективной косметики всегда довольно широкие и призваны решать сразу несколько проблем. Бренды же активной косметики в основном продвигаются для решения одной конкретной «задачи». Поэтому данная категория довольно широкая: на аптечных полках можно найти 1 075 брендов «лечебной» косметики.

Относительно 2022 г. рейтинг заметно изменился – лишь два бренда сохранили позиции прошлого года («Лошадиная Сила»

Таблица 24

ТОП-10 брендов
селективной
косметики
в 2023 году

Рейтинг	Изменение к 2022	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2022	Доля «онлайна» в продажах бренда
1	-	La Roche-Posay	5 023,2	29,6%	+3,3%	21,5%
2	-	Vichy	2 935,9	17,3%	-10,8%	22,2%
3	-	Bioderma	2 172,6	12,8%	+3,8%	31,1%
4	-	Librederm	1 810,6	10,7%	-11,5%	12,9%
5	-	Avene	1 122,1	6,6%	-6,8%	25,3%
6	+1	Uriage	887,7	5,2%	+23,3%	21,3%
7	+3	Topicrem	362,4	2,1%	+7,1%	34,8%
8	+1	Ducray	338,8	2,0%	-12,5%	41,8%
9	+3	Eucerin	310,3	1,8%	+16,6%	43,3%
10	+4	8.1.8 Beauty Formula	252,4	1,5%	+9,4%	8,7%

Таблица 25

ТОП-10 брендов
активной (лечебной)
косметики в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2022	Доля «онлайна» в продажах бренда
1	+3	Липобейз	983,2	4,5%	+34,7%	17,7%
2	-1	Lactacyd	823,9	3,7%	+5,3%	17,2%
3	-	Лошадиная Сила	685,3	3,1%	-9,6%	8,1%
4	-2	Alerana	672,1	3,0%	-12,9%	11,5%
5	+1	Циновит	641,8	2,9%	+16,7%	17,2%
6	-1	911 Ваша Служба Спасения	602,6	2,7%	-6,7%	9,4%
7	+4	Боро Плюс	489,8	2,2%	+11,2%	7,2%
8	+2	Сульсен	438,0	2,0%	-2,0%	12,3%
9	-	Dry Dry	430,0	1,9%	-7,7%	24,3%
10	+2	Эпиген	392,1	1,8%	-2,6%	24,1%

и Dry Dry). ТОП-10 дополнили две новинки – линейка «Боро Плюс» (+4 строчки) и гель для интимной гигиены «Эпиген» (+2 места).

Рейтинг покинули средства для волос и кожи головы «Эсвицин» (13-е место) и косметические продукты для ухода за чувствительной кожей Cetaphil (56-е место).

На первую строчку в 2023 г. поднялась косметика для сухой, очень сухой и атопичной кожи «Липобейз» (+34,7% и +3 строчки) от компании «Фармтек». Лидер 2022 г. – линия средств для ежедневной интимной гигиены Lactacyd (+5,3%) на основе натуральной молочной кислоты, которая бережно очищает и поддерживает женское здоровье, предотвращая запах и дискомфорт, переместилась на второе место. Замыкает тройку лидеров бренд «Лошадиная Сила», продажи марки упали на 9,6%. 71,5% от объёма продаж бренда в рублях приходится на средства для тела, 18,6% – на косметику для волос и кожи головы.

Помимо лидера высокий прирост показали продукты на основе цинка для кожи, склонной к раздражению и шелушению, от перхоти и при акне «Циновит» (+16,7%) и линейка «Боро Плюс» (+11,2%) на основе растительных компонентов.

Наименее удачно год сложился для бренда Alerana (-12,9% и -2 строчки) – комплекса средств от выпадения волос, а также профессиональных средств для роста, лечения и восстановления волос для женщин и мужчин. 73% продукции, выпускаемой под данной маркой, – шампуни для волос.

Самая значительная доля онлайн-продаж у брендов Dry Dry (доля 24,3% в руб.), «Эпиген» (24,1%) и «Липобейз» (17,7%).

Масс-маркет-косметика

Масс-маркет косметика на 32% состоит из многофункциональных средств и в большей мере предназначена для очищения (доля 23% в руб.).

За год рейтинг претерпел значительный перестановки, в ТОП-10 вошли три новых бренда: «Клинса» (+6 мест), Ullex (+4 места), Novosvit (+1 место).

Компания Johnson & Johnson в 2022 г. объявила о приостановке поставок в Россию средств личной гигиены. Как результат, в 2023 г. бренды компании Johnsons (-84,2% и 29-е место) и Neutrogena (-93,4% и 111-е место) покинули ТОП-10.

Позицию 2022 г. удержала только одна марка – Nivea (6-я строчка). Косметические продукты по уходу за кожей выпускает немецкий производитель Beiersdorf.

Первые три строчки занимают бренды, которые выпускает отечественная компания «Аванта».

Второй год подряд высокую динамику показывает серия специализированных средств для восстановления и поддержания здорового состояния кожи и волос, предназначенных для специального и ежедневного ухода, EVO (+20,1% к 2022 г.). По итогу марка расположилась на первом месте, преодолев за год две позиции.

С 4 на 2-е место поднялась гипоаллергенная детская косметика «Моё Солнышко» (+9,9%). Третье место заняла марка «Детский Крем» (-11,1%). Под данным брендом свою продукцию выпускают 4 компании-производителя, однако 80,5% оборота занимает косметический крем компании «Аванта».

Пять марок из десяти, занимающих ведущие места, отметились положительной динамикой. Помимо вышеупомянутой марки EVO, также ещё стоит выделить продукцию под брендом «Клинса» (+29,7%) производства «Протек»: влажные салфетки, антисептический гель для рук и детская присыпка. За год марка, продемонстрировавшая максимальный прирост, укрепила свою позицию в рейтинге на 6 строчек.

Также на 5 строчек вверх поднялись косметические средства для ежедневного ухода за интимной зоной и укрепления женского здоровья «Гинокомфорт» (+14%) от компании «Вертекс».

Новички рейтинга – косметика для комплексного ухода за кожей Ullex (-2,8%) и продукты для ухода за кожей лица и тела Novosvit (-14,5%) отметились снижением реализации.

Самое заметное падение в сегменте косметики массового потребления показала марка «Кора» (-17,6%).

Одной из особенностей рейтинга косметики масс-маркет, реализуемой в аптечных учреждениях, является большое количество марок, относящихся к детским брендам. 22% от объёма продаж приходится на категорию, предназначенную для детского и младшего детского возраста (с 0 до 14 лет). Два детских бренда «Моё Солнышко» и «Детский Крем» попали в рейтинг в 2023 г., они являются основными в данной категории (на них приходится 37% в руб. всей детской mass-market косметики, приобретаемой в аптеках).

Самая значительная доля онлайн-продаж у брендов: Novosvit (доля 18,3% в руб.), «Гинокомфорт» (13,1%) и «Кора» (12,2%).

Таблица 26

ТОП-10 брендов
масс-маркет
косметики в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2022	Доля «онлайн» в продажах бренда
1	+2	EVO	316,5	4,7%	+20,1%	11,0%
2	+2	Моё Солнышко	281,1	4,1%	+9,9%	7,6%
3	-1	Детский Крем	261,7	3,8%	-11,1%	6,1%
4	+5	Гинокомфорт	196,2	2,9%	+14,0%	13,1%
5	+3	Флоресан	186,6	2,7%	+3,0%	12,0%
6	-	Nivea	172,7	2,5%	-6,4%	10,8%
7	+6	Клинса	164,9	2,4%	+29,7%	5,6%
8	+4	Ullex	147,6	2,2%	-2,8%	5,7%
9	+1	Кора	132,6	1,9%	-17,6%	12,2%
10	+1	Novosvit	129,8	1,9%	-14,5%	18,3%

7. Аптечные сети

Главный вопрос, который не теряет свою актуальность уже на протяжении многих лет: когда закончится рост количества аптек, работающих в России. Действительно, начиная с 2009 года, мы наблюдаем положительную динамику в данном показателе. Если тогда уровень аптечных организаций оценивался в 50-51 тыс., то по итогам 2023 года количество аптек достигло почти 79 тыс. И если до 2016 года прирост точек был 1-2% в год, то в последние 7 лет увеличение составляет уже 5-6% (исключение: пандемийный 2020 год – менее 1%).

По данным на начало 2024 года в России работало 78,9 тыс. аптек, это на 6 тыс. больше, чем было в начале 2023 года. В результате прирост в абсолютном выражении составил 9%, а значит средний оборот одной точки вырос медленнее, чем рынок в целом: данный показатель по итогам года составил 1,9 млн руб.

Таким образом, год прошел под знаком ужесточения конкуренции. Отметим, что основная борьба разворачивается

среди федеральных сетей. Но увеличение точек у крупных игроков создает дополнительные трудности и у одиночных аптек, и у локальных сетей.

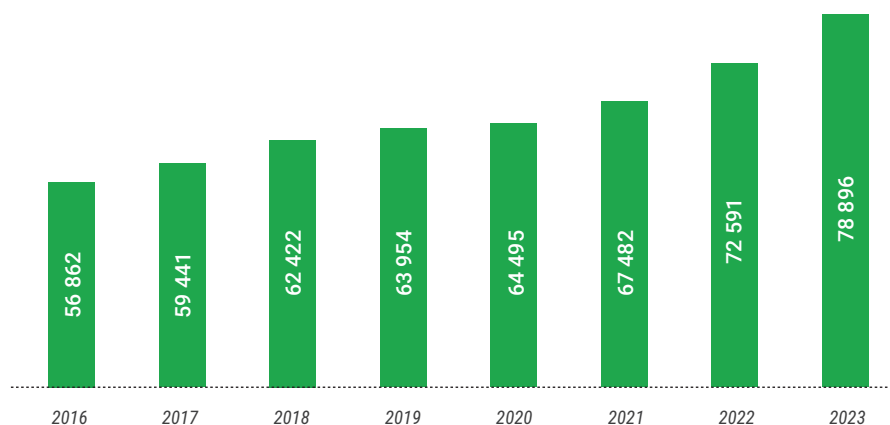
Лидером по открытию точек остается аптечная сеть «Апрель». За 2023 год в сети появилось больше 2 тыс. точек, а за два года сеть приросла на 4,3 тыс. новых аптек. Такая динамика позволяет сети удерживать первую строчку по количеству точек. Аптечная сеть «Апрель» на конец года состояла из 7 434 аптек.

В 2023 году еще одна сеть превысила показатель в 5 тыс. аптек – ею стала компания «Имплозия», которая сейчас представлена на рынке в основном под вывесками «АптекиПлюс». Состав сети увеличился на 1,5 тыс. точек и достиг 5,8 тыс. аптек.

Среди лидеров по росту количественного состава также федеральные сети: «Ригла» (+440 точек), «Фармлэнд» (+325 точек), «Вита» (+210 точек). В целом все сети, которые представлены в более чем 20 регио-

Рисунок 42

Количество аптечных точек в России



нах, демонстрируют положительную динамику. На конец года таких игроков было 14. И совокупно они выросли с 26,8 до 31,9 тыс. аптек, то есть почти на 5,1 тыс. точек. В результате основной прирост численного состава работающих аптек обеспечен именно «федералами».

При этом и межрегиональные, и региональные сети открывают новые точки. Всего с положительной динамикой около 170 аптечных сетей, тогда как с отрицательной динамикой по составу только 50.

В 2023 году темпы снижения количества одиночных и локальных аптек замедлились, но в общей структуре аптечного рынка доля их продолжает падать. Так, в 2022 году она составляла 30,7%, а на конец прошлого года – уже 29%.

В целом емкость аптечного рынка в 2023 году составила 1 788 млрд руб. (+6% к прошлому году). Консолидация на рынке продолжает расти за счет федеральных сетей, которые преимущественно представлены в ТОП-20. Суммарно ТОП-20 сетей занимают в 2023 году 63%, что на 6% выше показателя 2022 года.

На рисунке 44 представлены рост оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей в 2020-2023 годах. В 2023 году ТОП-20 объ-

единяет 38,5 тыс. аптек, что только на 15% больше, чем в 2022 году. В рейтинге 2023 года 10 сетей имеют в своем количественном составе более 1 000 точек, и все они занимают с 1 по 10 место.

В дальнейшем поводом для увеличения консолидации станут сделки по приобретению и поглощению региональных сетей. 2023 год также отметился рядом покупок сетей, которые увеличили количественный состав федеральных игроков. Хотя в последние два года ярких сделок стало на много меньше, чем раньше.

Самая крупная сделка в 2023 году принадлежит компании «Аптечная сеть 36,6». Осенью сеть заявила о покупке аптечных сетей «Лекоптторг» и «Родник здоровья». В периметр сделки вошли 170 аптечных точек сети и складские помещения в Санкт-Петербурге и Ленинградской области. Аптеки продолжают работать под прежними брендами, которые уже завоевали лояльность местных покупателей. После сделки количество аптек сети составило 2 220 точек.

Также в августе 2023 года «Аптечная сеть 36,6» приобрела компанию «Фармакон», которая управляла 18 аптеками в Раменском Московской области.

В июне 2023 года фармритейлер «Ригла»,

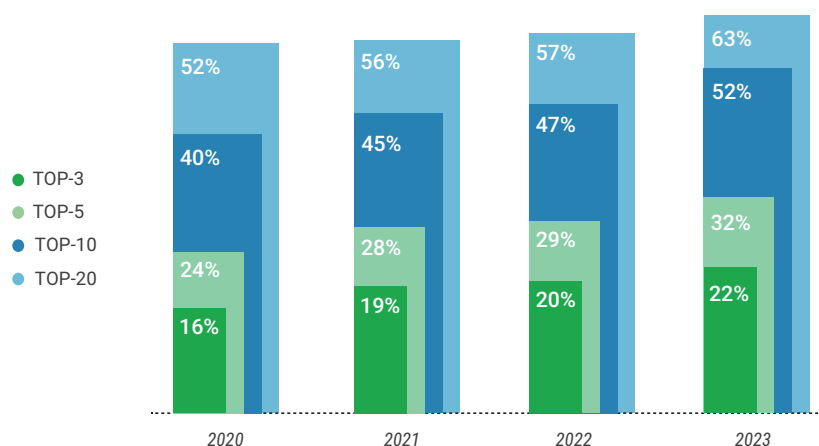


Рисунок 43

Концентрация
ТОП-20 аптечных
сетей

входящий в ГК «Протек», купил краснодарскую сеть «Трик Фарма», состоящую из пяти аптек. В августе компания приобрела аптечную сеть «Фарм», состоящую из 31 точки в основном в Уссурийске. Это стали первые собственные аптеки сети в Приморье – ранее «Ригла» была представлена там лишь в виде франчайзи. Сделка оценивается в 100-150 млн руб. Новые аптеки работают под брендом «Здравсити Аптека». Сеть планирует продвигать как офлайн-формат, так и одноименный маркетплейс. В задачах компании продолжить расширение сети за счет сделок и наращивания собственных аптек. Поэтому «Ригла» вошла в рейтинг по увеличению количества точек сети.

Лидером рейтинга по количественному составу остается сеть «Апрель», однако по объему продаж компания находится на втором месте. По обороту первую строчку занимает сеть «Ригла» с долей 8,6%.

В 2023 году не обошлось без потерь. Осенью после начала банкротства и решения о ликвидации пермского дистрибутора «Годовалов» аптечная сеть «Аптеки от склада», которая входила в общую структуру, начала закрывать свои точки. «Годовалов» был

единственным поставщиком сети «Аптека от склада». По данным на конец 1 полугодия в составе сети было 800 аптек, и она занимала 20 место рейтинга. Найти покупателя на такую большую сеть довольно сложно. В результате помещения, которые ранее занимала сеть «Аптека от склада», стали переходить другим сетям: в Московском регионе и Тюменской области 35 точек перешли аптечной сети «Фармленд»; в ряде городов Ямало-Ненецкого АО площади, которые ранее занимала «Аптека от склада», перешли Ригле и т.д.

Сайт компании также изменился. Новый маркетплейс «Склад здоровья», который появился на месте сайта «Аптека от склада», создал бывший топ-менеджер сети. Пока у компании единственный партнер – «Планета здоровья». Но ведется работа по подключению и других аптек.

Заметим, что аптечный онлайн продолжает быть интересным аптечным сетям и одиночным аптекам. И участники используют любую возможность для привлечения покупателя и генерирования дополнительного трафика. За последнее время мы увидели бурное развитие различных сервисов,

Рисунок 44

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей

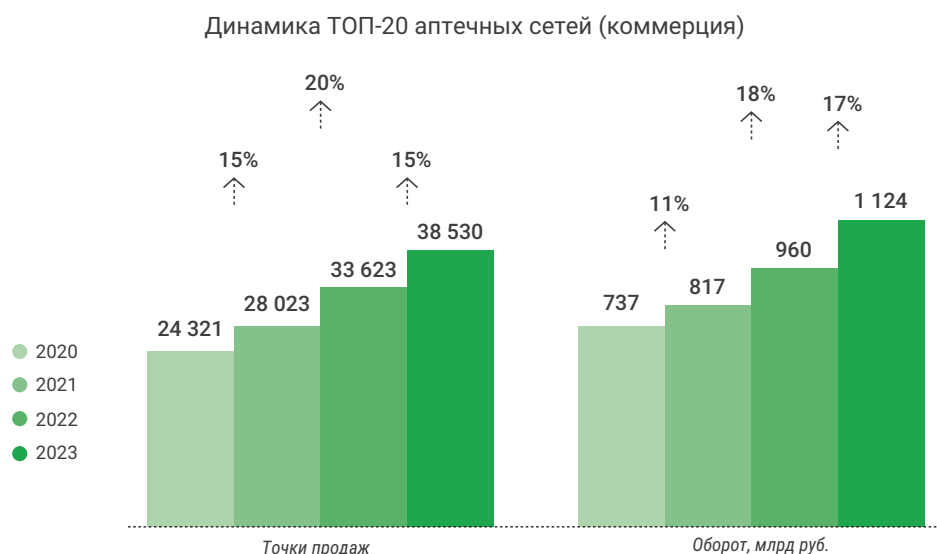


Таблица 27

Рейтинг аптечных сетей по обороту в 2023 году

Примечание:
Оборот «Аптечная сеть 36,6» приведен совокупно с «Родник здоровья&ЛекОптТорг» с ноября 2023 года; оборот «Родник здоровья&ЛекОптТорг» приведен за январь-октябрь 2023 года.

Источник:
оценки DSM Group. ISO 9001:2015, собственные данные аптечных сетей.

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2023	Прирост оборота по сравнению с 2022	Количество точек продаж
1	Ригла	153,4	8,6%	15,0%	4 100
2	Апрель	124,2	7,0%	10,5%	7 434
3	Планета здоровья	110,9	6,2%	15,0%	2 383
4	Имплозия	95,2	5,4%	47,5%	5 821
5	Объединенная АС ЭРКАФАРМ и МЕЛОДИЯ ЗДОРОВЬЯ	92,4	5,2%	14,0%	2 233
6	Нео-Фарм	75,3	4,2%	12,0%	1 244
7	Аптечная сеть 36,6 *	73,9	4,2%	12,3%	2 220
8	ИРИС	72,2	4,1%	15,0%	2 738
9	Вита (Самара)	64,0	3,6%	8,0%	2 588
10	Фармлэнд	62,0	3,5%	14,0%	2 198
11	Е-аптека	32,2	1,8%	30,0%	257
12	Максавит	24,8	1,4%	-0,2%	981
13	Фармаимпекс	22,7	1,3%	10,1%	790
14	Здоров.ру	21,9	1,2%	12,1%	101
15	Магнит	17,8	1,0%	27,0%	936
16	Социальная аптека	17,5	1,0%	-7,6%	648
17	Алоэ	17,2	1,0%	6,7%	576
18	Губернские аптеки	17,0	1,0%	12,0%	357
19	Аптека Невис	16,1	0,9%	2,0%	661
20	Монастырёв.рф	12,6	0,7%	14,0%	284
21	Здоровье (Усть-Лабинск)	11,3	0,6%	20,0%	245
22	Эдельвейс	10,8	0,6%	19,0%	362
23	Аптека-Таймер	10,6	0,6%	-27,8%	44

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2023	Прирост оборота по сравнению с 2022	Количество точек продаж
24	Ваша №1	10,2	0,6%	40,7%	124
25	Антей	10,1	0,6%	38,8%	709
26	Надежда-Фарм	8,9	0,5%	12,0%	434
27	Гармония здоровья	8,7	0,5%	32,0%	312
28	Фармэконом	8,2	0,5%	11,1%	187
-	ЛекОптТорг&Родник здоровья *	7,1	-	-	168
29	Вита-плюс	6,9	0,4%	23,0%	366
30	Петербургские аптеки	6,2	0,4%	-4,4%	85
31	Волгофарм	5,7	0,3%	1,0%	154
32	Арбик	5,5	0,3%	23,0%	226
33	Областной аптечный склад (Челябинск)	5,4	0,3%	1,0%	286
34	Экономная аптека	5,4	0,3%	12,0%	169
35	Советские аптеки	4,7	0,3%	12,0%	396
36	Аптека для бережливых	4,5	0,3%	9,2%	165
37	Алия-Фарм	4,5	0,3%	-15,8%	175
38	МФК Северо-Запад	4,3	0,2%	16,4%	109
39	Фитофарм	4,1	0,2%	182,0%	285
40	Лаки-Фарма	4,0	0,2%	34,8%	244
41	Башфармация	3,9	0,2%	-14,8%	261
42	Нижегородская областная фармация	3,8	0,2%	-7,7%	247
43	Семейная аптека (Благовещенск)	3,5	0,2%	8,1%	309
44	Диалог	3,3	0,2%	-1,8%	85

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2023	Прирост оборота по сравнению с 2022	Количество точек продаж
45	Флория (Чита)	3,2	0,2%	-2,6%	125
46	Фармия	3,1	0,2%	15,0%	268
47	Аптека25.рф	3,0	0,2%	54,7%	36
48	О'Вита	2,9	0,2%	-15,7%	113
49	Трика (Москва)	2,9	0,2%	-20,1%	54
50	Новосибирская аптечная сеть	2,7	0,2%	1,6%	76
51	Дешевая аптека	2,7	0,2%	33,4%	80
52	Вита Норд	2,6	0,1%	10,0%	91
53	Сердце России	2,5	0,1%	-1,0%	194
54	Мир лекарств	2,4	0,1%	5,1%	135
55	Таблеточка	2,4	0,1%	10,1%	93
-	Арника (ДНР)	2,2	-	11,0%	104
56	Аптека "Вита" (Томск)	2,1	0,1%	4,0%	86
57	Аптечные традиции	1,9	0,1%	24,0%	108
58	Мособлмедсервис	1,9	0,1%	30,4%	270
59	Брянскфармация	1,8	0,1%	-13,8%	136
60	ЛипецкФармация	1,8	0,1%	-6,0%	105
61	ЭкономЪ	1,7	0,1%	2,8%	20
62	Фармсклад	1,6	0,1%	7,0%	104
63	Таттехмедфарм	1,6	0,1%	3,9%	180
64	Индустрия здоровья	1,5	0,1%	22,0%	36
65	Добрая аптека	1,5	0,1%	0,1%	96

которые предлагают как онлайн-бронирование аптечного ассортимента, так и доставку ОТС-препаратов на дом. При этом если раньше аптека или сеть присоединялась к одному интернет-ресурсу, то сейчас ценовое предложение организации можно найти на разных ресурсах – как на собственной площадке, так и на различных аптечных агрегаторах и маркетплейсах.

В 2023 году продолжилось «переключение» потребителя на собственные сайты и площадки аптечных сетей. За счет это доля аптечных маркетплейсов снизилась с 60% до 56,5%.

Вопрос о конкуренции с традиционными маркетплейсами (Ozon, Wildberries, «Яндекс») остается открытым. Но в качестве решения аптечные компании используют модель сотрудничества. Так, онлайн-ресурс «Здравсити» стал поставщиком товаров аптечного ассортимента на платформе Ozon: каталог включает порядка 5 тыс. наименований препаратов, в том числе до 70% рецептурных. В рамках партнерства маркетплейс Ozon является витриной для продажи лекарственных средств. Проект реализован в формате самовывоза заказов из партнерских аптек «Здравсити». К пар-

тнерству со «Здравсити» также подключился сервис «Яндекс.Доставка». К концу 2023 г. количество точек продаж у сервиса дистанционного заказа «Здравсити» достигло 30 226 точек в 83 субъектах РФ.

Аптечная сеть «Алоэ» начала сотрудничать с ретейлером «Лента» ещё в августе 2021 г. В 2023 году партнерство расширилось и на онлайн: пользователям сервиса «Лента Онлайн» стала доступна услуга заказа безрецептурных лекарственных препаратов из аптек сети «Алоэ». В планах у ретейлера включить доставку аптечных товаров и на сервисе «Утконос ОНЛАЙН».

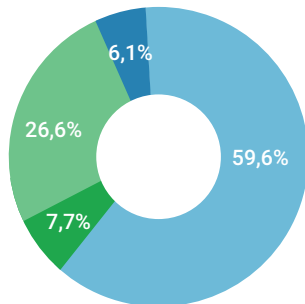
Партнерство аптечных сетей IRIS запустило в марте 2023 года магазин «Век Живи», где можно приобрести онлайн лекарства с доставкой на дом на следующий день. Магазин представлен на площадке «Яндекс.Маркет». IRIS в данном проекте использует схему FBS (доставка со склада продавца).

Но если говорить о количественных результатах онлайн-канала, то можно отметить замедление темпов прироста. Объем аптечного eCom в 2023 году составил порядка 226 млрд руб. (совокупно ЛП и парафармацевтика), что соответствует 12,7% от емко-

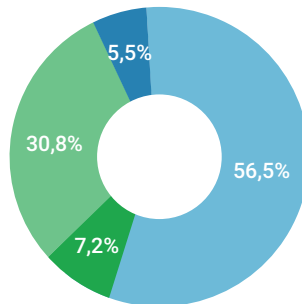
Рисунок 45

Структура аптечного онлайн-бронирования

Структура аптечного онлайн
2022 год



Структура аптечного онлайн
2023 год



- аптечные маркетплейсы
- агрегаторы
- собственные площадки аптечных сетей
- маркетплейсы (Яндекс.Маркет, Ozon, WB)

сти аптечного рынка. Если динамика продаж на рынке в целом – это порядка 6%, то оборот, который пришелся на «онлайн», вырос по сравнению с 2022 годом на 16%. Таким образом, кратный рост eCom закончился, и в дальнейшем темпы его развития хоть и будут быстрее рынка, но уже не столь отличаться. В 2024 году прогнозируется, что доля eCom может достичь 14% за счет роста доли онлайн-бронирования в регионах. А, например, в Москве доля уже не растет на протяжении последних двух лет, достигнув психологической отметки в 19-20%.

Дополнительный рост eCom в Москве был возможен за счет разрешения доставки на дом рецептурных ЛС. В марте 2023 года начался эксперимент по дистанционной доставке рецептурных лекарственных препаратов. Он был запущен в Москве, Московской и Белгородской областях. Но результаты его довольно скромные.

В Москве и области за неполный первый год доставили менее 1,1 тысячи заказов. Причинами таких результатов пилота аптечные сети считают сложную процедуру заказа для покупателей и отсутствие спроса на услугу из-за большого количества офлайн-аптек. Тем более, что и сейчас доля Rx, заказанных через интернет, составляет около 63% от общего объема всех лекарств (в целом на рынке этот показатель находится на уровне 53%).

В 2023 году консолидация игроков аптечного рынка была не только в увеличении доли крупнейших сетей. За год было анонсировано большое количество присоединений игроков к различным союзам и ассоциациям, причем как коммерческим, так и нет.

Например, в Ассоциацию государственных аптечных сетей (АГАС) вошли четыре новые фармации из Ивановской области, Хаба-

Рейтинг	Сервис дистанционного заказа	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2023	Прирост оборота по сравнению с 2022	Количество точек выдачи
1	Аптека.ру	73,1	4,1%	-0,4%	33 718
2	Еаптека *	28,9	1,6%	31,0%	15 048
3	Здравсити	16,3	0,9%	21,0%	30 226
4	Ютека	14,2	0,8%	79,9%	47 763
5	Асна.ру	3,8	0,2%	0,0%	11 000
6	polzaru	3,1	0,17%	226,0%	27 496
7	Ozon **	1,9	0,11%	72,7%	-
8	009.РФ	1,2	0,07%	27,0%	32 000
9	СберМегаМаркет **	1,1	0,06%	37,5%	-
10	Яндекс.Маркет **	0,4	0,02%	5,0%	-

Таблица 28

Рейтинг сервисов дистанционного заказа по обороту в 2023 году

Примечания:

* Объем приведен только по ассортименту, который заказан «онлайн».

** Объем приведен только по лекарственным средствам, заказанным «онлайн».

Источник:

оценки DSM Group. ISO 9001:2015, собственные данные компаний.

ровского края, Республики Башкортостан и Камчатского края. Состав РААС увеличился на пять региональных аптечных сетей: ростовская сеть «Социальная Аптека»; архангельская ГУПАО «Фармация»; белгородская сеть «Таблеточка»; нижегородская «Максавит»; московская «Диалог».

В рамках долгосрочной стратегии развития партнерство аптечных сетей IRIS объявило о пересмотре и существенном расширении возможности взаимодействия с аптечными сетями. У крупных сетей появилась возможность взаимодействовать с IRIS в части отдельных инструментов наращивания доходности (СТМ, УСТМ, контрактов) без вступления в партнерство. Первые договоренности о дистрибуции и продвижении собственных марок IRIS достигнуты с аптечной сетью «Аптека Невис».

Сеть аптек «36,6» заявила о создании собственного союза. Через него сеть планирует оказывать профессиональную поддержку участникам рынка. Компания уже начала принимать заявки на вступление.

А вот рязанская аптечная сеть «Фарма»

запустила собственную франшизу. Проект ориентирован на одиночные аптеки и небольшие сети до 10-15 аптек и возьмет на себя все процессы управления бизнесом франчайзи.

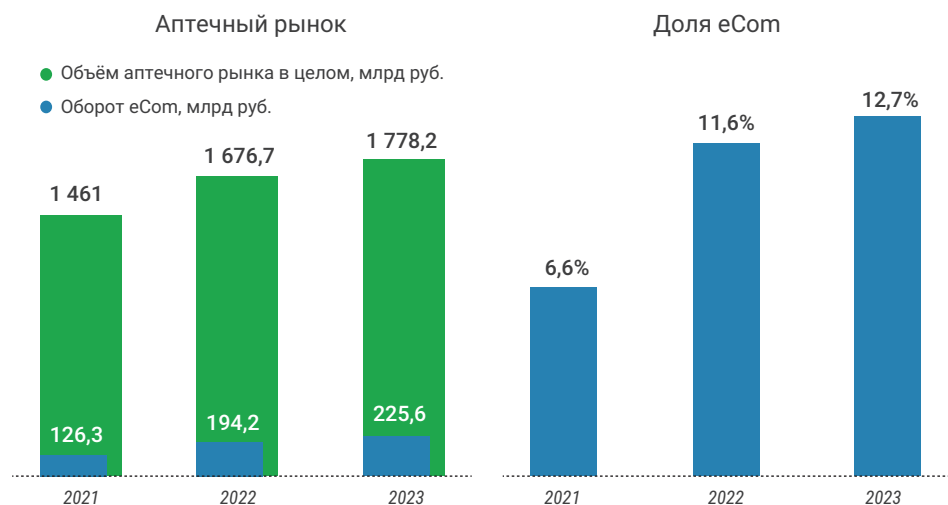
Но в целом динамика присоединения аптек к маркетинговым союзам замедлилась. Хотя новые объединения продолжают появляться. Например, в 2023 году появилась информация об аптечной ассоциации «Свежая планета», которая объединяет около 1 000 розничных точек. Создание и масштабирование аптечной ассоциации стало возможным благодаря опыту Свежей планеты в фармацевтической отрасли: компания уже несколько лет занимается дистрибуцией лекарственных препаратов и биологически активных добавок.

В целом расклад сил между маркетинговыми ассоциациями остается стабильным. Среди них преимущество за «АСНА», в состав которой входит 17,7 тыс. участников с оборотом 18% от всего аптечного рынка.

Очевидно, что аномальный рост количества аптек, который мы наблюдаем в послед-

Рисунок 46

Динамика аптечного eCom, 2021-2023



ние годы, рано или поздно должен прекратиться. Хотя конечно, говорить о шаговой доступности аптек в каждом административном образовании пока не приходится. Так, если в России около 155,8 тыс. населенных пунктов, то аптеки есть в менее 6 тыс. И, конечно, больше они сосредоточены в крупных городах. На населенные пункты с численностью населения более 100 тыс. человек приходится 54% всех работающих аптек – а это всего 170 городов.

В России показатель плотности аптек составляет 54 аптеки на 100 000 человек. При этом во многих городах он заметно выше. Например, в Сочи 127 аптек на 100 000 человек, в Пятигорске – 126 аптек, в Брянске – 111 аптек. А вот в Москве один из низких показателей среди городов – 38 аптек на 100 тыс. человек.

Планировалось, что «Почта России» станет игроком, который сосредоточится на открытии точек в сельской местности на базе почтовых отделений. И это уберет проблему снабжения лекарствам в малонаселенных пунктах. В планах почтового оператора

с 2021 года было создать аптечную сеть к 2025 году, состоящую из 25 сельских отделений, и подготовить персонал. Однако в начале 2023 года проект был признан нерентабельным и закрыт: пилотный проект не удалось масштабировать даже на несколько регионов. Но закрывать фармуправление в компании не собираются. «Почта России» сосредоточится на доставке онлайн-заказов.

Инструментом повышения доступности лекарств в сельской местности может стать законопроект, который даст право торговать лекарствами любым обособленным подразделениям медорганизаций, расположенным в сельских поселениях, а не только амбулаториям, фельдшерским и фельдшерско-акушерским пунктам, отделениям общей врачебной практики, как сейчас. Если же в поселении есть аптека, это право действовать не будет. Также сейчас идет работа еще над одним законопроектом, благодаря которому могут появиться передвижные аптечные пункты, которые будут выезжать в труднодоступные поселения.

Рейтинг	Маркетинговая ассоциация	Объем, млрд руб.	Доля в коммерческом сегменте, 2022	Прирост оборота по сравнению с 2021	Количество точек продаж
1	АСНА	320,9	18,0%	11,0%	17 756
2	ПроАптека	228,3	12,8%	22,0%	11 457
3	МФО	223,1	12,5%	44,0%	11 206
4	Созвездие	135,6	7,6%	8,0%	8 043
5	Платформа ФармХаб	76,7	4,3%	13,0%	5 015
6	Весна	55,5	3,1%	45,0%	4 300
7	АННА	15,9	0,9%	96,3%	1 270

Таблица 29

Рейтинг маркетинговых ассоциаций по обороту в 2023 году

Источник: оценки DSM Group. ISO 9001:2015, собственные данные компаний.

8. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка

Оптовое звено фармацевтического рынка всегда являлось «оплотом» стабильности и успешности среди участников товаропроводящей цепочки. Чаще в информационном поле обсуждались новости по развитию или достижениях того или иного дистрибутора, а сообщения о проблемах и банкротстве были скорее сенсацией. В последние годы ситуация поменялась, а в 2023 году упоминания дистрибуторского сегмента в большей мере было связано с различными судебными историями.

На протяжении 2023 года мы наблюдали за банкротством уже трех оптовых компаний, а три года назад эти дистрибуторы совокупно занимали около 6% рынка. Сложности у компании «Биотэк» начались еще в 2021 году, в конце 2022 года появились новости о возможном банкротстве «ПрофитМед», а уже в середине 2023 года с финансовыми проблемами столкнулся пермский дистрибутор «Годовалов».

Ситуация с холдингом «Биотэк» развивается уже не первый год. В 2021 году уход с рынка госзаказа в связи с судебным преследованием владельца бизнеса. В течение 2022 года сразу несколько кредиторов «Биотэка» потребовали его банкротства: контрагенты подали к компании иски в общей сложности на 1,1 млрд руб. В марте 2023 года Арбитражный суд Москвы ввел процедуру наблюдения в Биотэке. На протяжении года была попытка отдельно продолжать развивать производственное и аптечное звено Биотэка, но банкротные процессы

были возбуждены и в отношении входящих в холдинг структур: «Марбиофарм» (производитель), «МФПДК «Биотэк», ОАО «Фармация» (аптечная сеть в Пензенской области).

В конце 2022 года появилась новость о проблемах дистрибутора «ПрофитМед» и готовящемся его банкротстве. По итогам 2022 года компания занимала 10 строчку рейтинга и имела долю в 2,6%. Но уже с начала 2023 года прекратила поставки. По данным СПАРК, в 2022 году к компании было подано в общей сложности 38 исков на 541 млн руб. В 2023 году число таких заявлений увеличилось еще на 115, а сумма требований выросла на 1,9 млрд руб.

История с проблемами у дистрибутора «Годовалов» развивается более стремительно. Только в сентябре 2023 года появились первые заявления в суд о признании компании банкротом, а уже в октябре сам оптовик принял решение о ликвидации компании: подобная мера позволяет провести контролируемое банкротство. Сейчас к пермскому дистрибутору предъявлены иски о взыскании на более чем 4,6 млрд руб. «Годовалов» – один из крупнейших игроков на региональном фармрынке, который работал в 37 регионах. Компания владела пятью складскими комплексами и логистическими центрами в Перми, Шолохово, Кирове, Тюмени и Новосибирске. В январе 2024 года суд признал «Годовалов» банкротом и начал конкурсное производство по реализации его имущества с последующей ликвидацией. Проблемы у дистрибутора отразились и на аптечной

сети, которая входила в компанию. Точки продаж осенью активно закрывались или переходили в управление другими сетями.

Помимо прекращения деятельности компаний из-за финансовых проблем есть еще ряд событий, которые также повлияют на ситуацию в оптовом звене.

Летом 2023 года ретейлер «Магнит» объявил, что планирует закрыть дистрибуторский бизнес. Им управляла «Магнит Фарма» – бывшая «СИА», купленная «Магнитом» в 2018 году у своего акционера Marathon Group. «Магнит Фарма» создавалась несколько лет назад в первую очередь как платформа для запуска аптечной сети компании, а также закрывала ряд важных функций для формата «Магнит Косметик». Теперь эти форматы работают самостоятельно и необходимость в собственном дистрибуторе отпала.

Также вызывает большой вопрос судьба компании «Джи Ди Пи». В последние годы дистрибутор развивался, сосредоточившись на госзаказах. По итогам 2022 года дистрибутор занял 5 строчку. А вот в 2023 году не попал даже в рейтинг ТОП-50. В конце 2022 года компания сменила владельца:

покупателем выступила холдинговая компания «Доминанта». И на протяжении всего года была не одна новость о смене руководства в «Джи Ди Пи».

Повторимся, проблемы и уход дистрибуторских компаний с рынка был и ранее, но, чтобы это происходило настолько регулярно и включало широкий круг участников, впервые. Поэтому дело может и не ограничиться только этими компаниями. Тем более, что условия работы и у поставщиков, и у аптечного ретейла с оптовиками ужесточаются. Компании уменьшают лимиты отгрузок, ужесточают условия предоставления отсрочек и долю покрытия кредиторской задолженности банковскими гарантиями. От этой политики пострадают прежде всего мелкие игроки, ограниченные в финансовых ресурсах. Крупным же придется потратить время на увеличение банковских гарантий и повышение лимитов.

В целом же «освобождение» определенной части рынка положительно сказалось на остальных игроках. И на фоне низкой динамики в 2023 году продаж лекарственных средств, результаты отдельных компаний выглядят оптимистично.

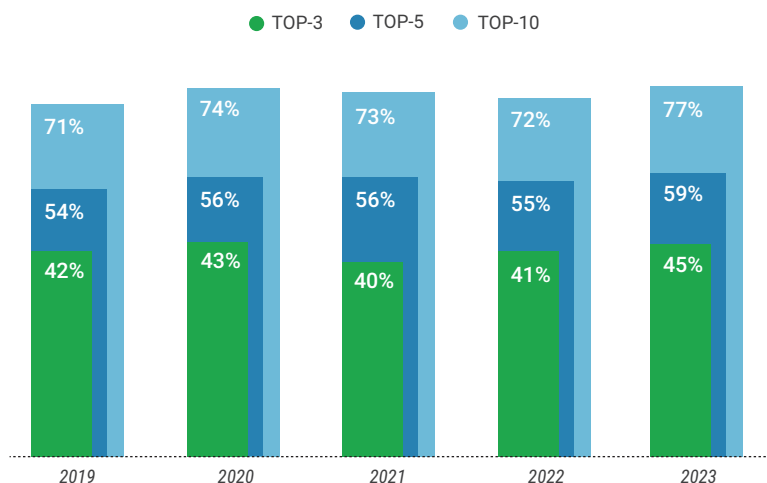


Рисунок 47

Концентрация в дистрибуторском сегменте

Таблица 30

Рейтинг дистрибуторов на фармацевтическом рынке, 2023 год

Примечание: объёмы продаж приведены в закупочных ценах с НДС (учтены объёмы реализации в аптечном сегменте с учётом нелекарственного ассортимента, бюджетный рынок – только лекарственные препараты)

Ранг	Дистрибутор	Объём, млрд руб.	Прирост	Доля
1	Пульс	335,7	8,0%	15,4%
2	Протек	333,8	14,0%	15,3%
3	Катрен	314,8	9,3%	14,4%
4	ФК Гранд Капитал	156,6	15,0%	7,2%
5	Р-Фарм	145,2	-19,6%	6,6%
6	БСС	108,1	10,2%	4,9%
7	Фармкомплект	91,9	2,2%	4,2%
8	Ирвин 2	80,4	11,8%	3,7%
9	Фармимэкс	72,3	24,8%	3,3%
10	Ланцет	53,7	6,2%	2,5%
11	Ассоциация «Асфадис»	53,4	5,8%	2,4%
12	Авеста Фармацевтика	42,0	-3,4%	1,9%
13	Агроресурсы	39,7	4,7%	1,8%
14	ЗдравСервис	29,1	20,0%	1,3%
15	Интерлек	25,8	22,0%	1,2%
16	ГК «Евросервис»	23,3	16,0%	1,1%
17	Фармстор	18,9	-3,0%	0,9%
18	Медипал-онко	17,2	22,2%	0,8%
19	Мединторг	15,2	38,0%	0,7%
20	Фармсервис	14,8	5,0%	0,7%
21	Северо-Запад	13,9	-1,1%	0,6%
22	Магнит	13,2	-44,6%	0,6%
23	Фармкомплекс	9,5	216,7%	0,4%
24	ВИТТА	8,4	20,0%	0,4%
25	Медикал Лизинг-Консалтинг	7,4	0,0%	0,3%
26	Примафарм	7,1	-56,4%	0,3%
27	АрхиМед	4,8	6,0%	0,2%
28	Торговый Дом БФ	3,4	-27,0%	0,2%
29	Волгофарм	3,0	0%	0,1%
30	Ринфарм	2,6	14,7%	0,1%

В 2023 году объем фармацевтического рынка в ценах дистрибуторов составил 2 184 млрд руб., что только на 0,3% выше, чем в 2022 году. Рынок вышел «в ноль» по итогам года в целом только в 4 квартале; в коммерческом сегменте прирост 7,8%, а вот в госзакупках динамика оставалась в отрицательной зоне на протяжении всех месяцев. Это связано со снижением закупок «ковидных» препаратов (антибиотиков, антикоагулянтов и т.д.). По льготным программам динамика закупок лекарственных средств остается положительной.

По итогам 2023 года совокупная доля 10 крупнейших дистрибуторов на фармацевтическом рынке была на уровне 77,5%. Такая высокая концентрация на рынке была до 2016 года. Относительно 2022 года этот показатель вырос более чем на 5%. Рост концентрации на фармрынке связан с двумя факторами: высвобождением доли за счет «ушедших» компаний и увеличением веса на рынке коммерческого сегмента.

Если сравнивать ТОП-5 дистрибуторов в коммерческой части рынка, то средний прирост среди них составляет 5,9%, для госсегмента ТОП-5 дистрибуторов растут в среднем на 5,6%. При этом разброс прироста для коммерческого сегмента от -4 до +12%, тогда как в госсегменте изменения более радикальные – от -32% до +21%. Заметим, что если раньше в ТОП-10 компаний госзакупок входил только один дистрибутор рейтинга коммерческого рынка, то сейчас пересечений заметно больше – «БСС», «Протек», «ФК Гранд Капитал».

2023 год в очередной раз ознаменовался борьбой за позиции лидера рейтинга. Если состав ТОП-3 не меняется на протяжении уже 8 лет (с 2016 года), то в разные периоды на первое место поднимались все из них. На протяжении трех кварталов эта строчка

была за компанией «Протек». И только продажи 4 квартала решили судьбу первого места.

В итоге дистрибутор «Пульс» сохраняет за собой позиции лидера годового рейтинга уже на протяжении 4 лет. Темпы роста дистрибутора в 2023 году составили 8%, и доля компании увеличилась на 1,3%. Стоит отметить, что отрыв от второго места всего 0,1%. Помимо этого, «Пульс» занимает вторую строчку в списке фармацевтической отрасли в рейтинге крупнейших компаний России «Эксперт-400», опубликованном в журнале «Эксперт» – 72 место (+6 мест к 2021 году).

«Пульс» продолжает работать в основном на коммерческом рынке, в том числе совершенствуя предлагаемые аптечному сегменту решения. Например, в 2023 году появилось мобильное приложение «ФК Пульс», которое позволяет быстро найти любую информацию о накладных и детализации по товарам, проверить дебиторскую задолженность и запросить акт сверки, отправлять претензии.

В последние два года компания активно продвигает на рынок собственное интернет-решение Polza.ru. По итогам года к маркетплейсу подключились более 27 тыс. аптек – за год прирост практически в 2 раза. И это сравнимо уже с действующими длительное время площадками «Аптека.ру» и «Здравсити».

По данным исследования агентства Ipsos (сентябрь 2023 года), по удовлетворенности качеством сервиса, ассортиментом, условиями работы с крупнейшими дистрибуторами компанию «Пульс» 49% респондентов указали как наиболее важного для них дистрибутора.

В 2023 году компания «Протек» осталась на втором месте, заняв долю 15,3% – это она 2% больше, чем в 2022 году. Компания продемонстрировала максимальный при-

рост продаж среди ТОП-3 – на 14%. Дистрибуторский сегмент хоть и основной, но не единственный бизнес компании «Протек». Он один из первых начал диверсификацию и сейчас представлен во всех сегментах товаропроводящей цепочки и смежных областях, поэтому компания возглавляет список фармацевтической отрасли в рейтинге крупнейших компаний России «Эксперт-400». По итогам 2022 года ГК «Протек» заняла 61 место (+6 мест к 2021 году).

В группу компаний «Протек» входят: ЦВ «Протек» – дистрибутор, сеть частных медицинских клиник «Атлас» и две фармацевтические компании «Сотекс» и «Рафарма», специализирующиеся в том числе на инъекционных препаратах. Розничное звено группы представлено аптечной сетью «Ригла» (в которую также входят аптеки под брендами «Будь здоров!», «Живика» и «Здравсити аптека»).

В 2023 г. «Протек» выкупил активы компании «Бион», специализирующейся на производстве фармацевтических субстанций. В сделку вошли три юридических лица: ООО «Бион», ООО «Химфармкомплект» и ООО «Фарминтеллект». В портфеле компании антиоксиданты, анестетики, бета-адреноблокаторы, антикоагулянты, противоопухолевые и противовирусные средства и проч. «Бион» также занимается разработкой промышленных технологий и развитием производства субстанций в области тонкого органического синтеза. Планируется, что работа «Бион» не будет ограничена лишь запросами собственных предприятий – «Сотекса» и «Рафармы», а предприятие будет сотрудничать и с другими игроками рынка.

Помимо этого, дочерняя компания АО «Протек» – «Анвилаб» стала владельцем 19,6% в ООО «Вега». Это холдинговая компания,

инвестировавшая в АО «Активный компонент» (занимается производством АФИ) 1,2 млрд руб. Таким образом, за 2023 год «Протек» стал совладельцем двух заводов по производству фармсубстанций.

Работа и развития собственных мощностей не прекращается. В подмосковном Пушкино «Протек» завершил модернизацию складского комплекса для хранения фармацевтической продукции, в которую было инвестировано 1,3 млрд руб. С появлением новых площадей пропускная способность объекта увеличилась на 30 еврофур в сутки и на 32 тыс. палето-мест. Данный комплекс – структурное подразделение ГК «Протек», получившее название «Транссервис», используемый аптеками для хранения.

На третьем месте в 2023 году остался дистрибутор «Катрен», оборот которого вырос на 9%. В списке фармацевтической отрасли в рейтинге крупнейших компаний России «Эксперт-400» «Катрен» расположен на 79 месте (+8 мест к 2021 году). Компания «Катрен» – одна из немногих на фармрынке, которая представлена и в кредитном рейтинге. Осенью 2023 года АКРА присвоило «Катрен» кредитный рейтинг AA-(RU), прогноз «Стабильный». Кредитный рейтинг был присвоен АО НПК «Катрен» впервые по национальной шкале для Российской Федерации на основе Методологии присвоения кредитных рейтингов нефинансовым компаниям по национальной шкале для Российской Федерации, а также Основных понятий, используемых Аналитическим Кредитным Рейтинговым Агентством в рейтинговой деятельности.

Компания работает исключительно в коммерческом сегменте фармацевтического рынка и продолжает развивать интернет-площадку «Аптека.ру», расширив список

Таблица 31

ТОП-10
дистрибуторов
по сегментам

Аптечный сегмент			Государственные закупки	
Ранг	Дистрибутор	Доля	Дистрибутор	Доля
1	Пульс	22,6%	Ирвин 2	10,1%
2	Катрен	21,8%	Р-Фарм	9,0%
3	Протек	19,7%	БСС	6,8%
4	ФК Гранд Капитал	10,0%	Фармимэкс	6,8%
5	Фармкомплект	5,9%	Протек	3,9%
6	БСС	3,9%	Ланцет	2,6%
7	Агроресурсы	2,8%	Медипал-онко	2,2%
8	Ассоциация «Асфадис»	2,6%	ФК Гранд Капитал	1,8%
9	Авеста Фармацевтика	2,5%	Северо-Запад	1,8%
10	ЗдравСервис	1,7%	Фармсервис	1,7%

участников проекта до 33,7 тыс. аптек. В обороте компании 23% в стоимостном выражении приходится на заказы, которые сформированы в сервисе «Аптека.ру». Отметим, что дистрибутору «Катрен» в 2023 году исполнилось 30 лет.

В ТОП-10 несколько игроков улучшили свои позиции: на одну строчку вверх поднялись дистрибуторы «ФК Гранд Капитал» и «Ланцет».

Первое место среди «классических» дистрибуторов госсегмента (без учёта производителей, которые также могут являться победителями и поставщиками в тендерах) занимает «Ирвин 2», доля выросла с 8,2% в 2022 году до 10,1% в 2023 году. Компания активно участвует в поставках по государственным программам «Круг Добра», по борьбе с он-

кологических и сердечно-сосудистыми заболеваниями, а также в поставках орфанных препаратов.

Второе место среди компаний «госзаказа» занимает компания «Р-Фарм». В целом развитие компании больше направлено на производственный сегмент. Так, в то время как международные фармпроизводители заметно снизили клинические исследования препаратов в России, «Р-Фарм» запустил в Москве медцентр Research Lab. Он будет проводить испытания выпускаемых на рынок компаний генериков.

Производственные мощности компании могут расширяться на еще одну площадку: рассматривается возможность покупки завода японской Takeda в Ярославле.

«Р-Фарм» запускает на территории своего завода «Спутник Технополис» два научно-исследовательских центра по разработке биологических и химических препаратов. Их основная задача – разработка оригинальных и импортозамещающих лекарств для лечения социально значимых заболеваний. Первым новым препаратом может стать инновационное генотерапевтическое лекарство для лечения спинальной мышечной атрофии, о создании которого «Р-Фарм» договорился с Казанским федеральным университетом.

В 2023 году компания начала клинические исследования олокизумаба при прогрессирующем легочном фиброзе (расширение показаний оригинального препарата «Артеглиа»). В октябре 2023 года производитель получил постоянное регистрационное удостоверение Минздрава России на препарат собственной разработки «ремдесивир», предназначенный для терапии коронавирусной инфекции. Регистрационное удостоверение сроком до 2028 года получено в соответствии с Правилами регистрации и экспертизы ЕАЭС.

Несмотря на низкие темпы роста сегмента в 2023 году, он остается привлека-

тельным для его участников. И «розничные» дистрибуторы в том числе активно развивают это направление. Например, в 2023 году компания «Гранд Капитал» нарастила долю госзакупок в своем обороте, попав в госпрограмму ВЗН и заключив контракт с Федеральным центром планирования и лекарственного обеспечения граждан Минздрава по госпрограмме «14 высокозатратных нозологий» на поставку препарата экулизумаб.

Между тем, расклад сил на рынке госзаказа может измениться. В конце лета 2023 года был подписан закон о возможности осуществления закупки лекарств у единственного поставщика. В такой роли может выступить государственное унитарное предприятие субъекта РФ либо акционерное общество, 100% долей которого принадлежат региону. Действие закона будет распространено на закупки лекарственных средств, медизделий, лечебного питания, расходных материалов, средств для дезинфекции, а также услуг по хранению и доставке соответствующих товаров, на работы по ремонту и техническому обслуживанию медтехники. Новелла вступит в силу с 1 июля 2024 года. Однако регионы могут воспользоваться механизмом и до этой даты.

9. Производство лекарственных средств

Несмотря на то, что раздел «Производство» последний в нашем годовом отчете, по важности и проблематике находится на первом месте. Российский рынок остается высоко зависимым от иностранных фармкомпаний. И с ужесточением санкционных мер вопрос доступности полноценного лекарственного обеспечения стал еще более актуальным. Любые проблемы с поставками и возможной дефектурой каких-либо препаратов воспринимаются более остро. В целом можно говорить, что в большинстве все иностранные компании так или иначе продолжают работать в России. Только несколько производителей заявили о прекращении деятельности:

- Eli Lilly стала вторым после Bristol-Myers Squibb американским фармацевтическим производителем, который решил окончательно уйти из России. Но права на импорт продуктов компании, их реализацию на территории РФ и обеспечение выполнения текущих обязательств в отношении локального производства также перешли швейцарской Swixx Biopharma.
- Финская фармкомпания Orion – крупнейший производитель метилпреднизолона – покинула Россию. Компания планировала закрыть российский офис ещё до конца 2022 г. При этом российский производитель «Валента Фарм» выкупил у Orion Pharma права на линейку препарата для лечения расстройств желудочно-кишечного тракта «Регидрон».

Да, есть информация и примеры прекращения поставок конкретных импортных препа-

ратов, но не всегда причины этого связаны с «политическими» решениями. Свои портфели в России сократили такие компании как MSD, Amgen, Novo Nordisk.

Логистический вопрос остается существенным и в 2023 году, но если в 2022 году он остро стоял для всех компаний, то в отчетном периоде в большей мере его решением занимались отечественные компании, продолжая сталкиваться с проблемами в закупке и поставке иностранного оборудования и комплектующих к нему. Поэтому вопрос импортозамещения на фармрынке расширился на новые области: производство медицинского оборудования в России, выпуск запчастей и сервис. И даже коснулся терминологии: премьер-министр Михаил Мишустин, общаясь с фармпроизводителями, призвал отказываться от употребления в речи иностранной лексики – «target» заменить на «целеполагание», R&D (Research and Development) на НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы).

Санкционные меры 2022 года заставили отечественный фармпром активнее заниматься созданием препаратов, которые могут заместить на рынке иностранные лекарства. В результате в 2023 году новостей по запуску и инвестированию в строительство новых фармацевтических производств было рекордное количество, причем большая их часть была связана с выпуском фармацевтических субстанций.

Именно производство активных фармингредиентов на территории России становится одной из главных задач. Сейчас основными поставщиками субстанций являются Китай и Индия, а за счет собственных АФИ выпускается не более 20% производимых в стране лекарств. В том числе и поэтому принятая в 2023 году стратегия «Фарма-2030» ставит приоритетом обеспечение лекарственной независимости и национальной безопасности за счёт локального производства полного цикла стратегически значимых групп препаратов.

Уже сейчас разработаны и внедрены механизмы поддержки отечественного производителя:

- льготные займы Фонда развития промышленности;
- поддержка разработки лекарств и лабораторного масштабирования их производства за счет возможностей венчурного фонда «ФармМедИнновации»;
- специальные инвестиционные контракты (СПИК);
- офсетные контракты;
- льготные инвестиционные кредиты на создание производств полного цикла и выпуска фармсубстанций в рамках «Кластерной инвестиционной платформы». С ее помощью предприятия смогут привлечь льготные инвестиционные кредиты от 1 до 100 млрд руб. под 30% ключевой ставки Банка России, увеличенных на 3 процентных пункта годовых. Кредит предоставляется на время реализации инвестиционной фазы плюс 2 года.

Российские компании с каждым годом все активнее пользуются этими инструментами. Так, в 2023 году Москва заключила рекордное количество офсетных контрактов, подписав 9 соглашений, 4 из которых каса-

ются производства лекарственных препаратов (компании «Велфарм», «Фармасинтез», «Р-Фарм»). Первые поставки лекарств в ЛПУ по этим офсетам начнутся в 2025-2026 гг. В Санкт-Петербурге впервые в 2023 году правительство подписало офсетный контракт на организацию производства полного цикла и поставку лекарственных препаратов с производителем «Р-Фарм».

СПИК в 2023 году был заключен между Минпромторгом РФ, правительством Калужской области, АО НИФХИ им. Л. Я. Карпова и администрацией Обнинска. Срок действия контракта составит 8 лет, он будет действовать до конца 2030 г. Объём инвестиций в проект превысит 12 млрд руб. Контракт предполагает реализацию, разработку и внедрение производства радиофармацевтических лекарственных препаратов. Строительство завода началось ещё в январе 2023 году. Компания намерена завершить его строительство в 2024 г., а в 2025 г. уже начать производство и реализацию препаратов.

Помимо финансовых инструментов разработаны и иные меры поддержки отечественного производителя. Уже несколько лет действует постановление правительства, по которому работает механизм «третий лишний». Но сейчас в него вносятся изменения для того, чтобы «третий лишний» трансформировался во «второй лишний» для лекарственных препаратов, производимых по полному циклу на территории ЕАЭС.

Для подтверждения полного цикла производства планируется создать систему прослеживаемости происхождения фармацевтических субстанций. Эксперимент начался с 29 декабря 2023 года и продолжится по 31 декабря 2024 года, когда платформа должна быть готова к запуску. Для внедрения такой системы прослеживаемости необходимо объединить данные о производственных

Таблица 32

Ключевые запуски производственных площадок на российском фармрынке в 2023 г.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
Renewal (АО «ПФК Обновление»)	Новосибирская обл.	Запущен новый участок по производству жидких лекарственных форм: спреев, растворов для внутреннего и наружного применения.	До 21 млн упак. в год	
Solopharm (ООО «Гротекс»)	г. Санкт-Петербург	Была введена в эксплуатацию четвертая очередь завода по производству жидких лекарственных форм: офтальмологических, урологических, неврологических, ЛОР- и других препаратов.	60 млн упак. в год	1,5 млрд руб.
Solopharm (ООО «Гротекс»)	г. Санкт-Петербург	В 1 кв. 2026 г. компания запустит фармзавод по разработке и выпуску 40 гормональных препаратов, а именно для терапии бронхиальной астмы, воспалительных заболеваний глаз (конъюнктивит, кератит), заболеваний кожи (экзема, дерматит, псориаз), а также синусита, ринита и отита.	5 производственных линий с максимальной суммарной мощностью 1,19 млрд ед. (ампул, флаконов, туб и др. форм, кроме таблеток) продукции в год	9,5 млрд руб.
ОАО «Авексима»	Индустриальный парк «Есипово», г. Солнечногорск, Московская обл.	Производитель в 2024-2025 гг. планирует запустить первый этап строительства фармзавода. Предприятие займётся разработкой и производством медикаментов, в том числе антибиотиков и противоопухолевых средств.		На первом этапе – 3 млрд руб., а в целом на реализацию проекта – не менее 6,5 млрд руб.
ООО «Аргументум Фарма»	ОЭЗ «Дубна», Московская обл.	Компания приступила к строительству предприятия, которое займётся выпуском препаратов, в т. ч. из перечня ЖНВЛП: лекарства для нормализации артериального давления, терапии аритмии, тахикардии, инфаркта миокарда, анальгетики. Закончить строительство и запустить в работу 1-ю очередь НПК производитель намерен до конца 2 кв. 2025 г.	На 1-м этапе: более 55 млн ед. препаратов в год	Более 1,8 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «Артселленс» (входит в ГК «Промомед»)	Площадки «Печатники» и «Алабушево», ОЭЗ «Технополис «Москва», г. Москва	На площадке «Печатники» будет возведена современная научно-исследовательская лаборатория для разработки новых препаратов, в т. ч. оригинальных. На площадке «Алабушево» будет построено производство отечественных биопрепаратов.	Мощность оценивается в 150 кг АФС в год или около 750 тыс. флаконов. На 1-м этапе составит около 250 тыс. флаконов в год	Около 4,3 млрд руб.
АО «Биохимик» (входит в ГК «Промомед»)	г. Саранск, Республика Мордовия	Запущено производство АФС, которое включает в себя 7 площадок: 2 площадки – синтез молекул для изготовления противоопухолевых препаратов; другие площадки – синтез молекул для синтетических антибиотиков, противовирусных и антиретровирусных препаратов, миорелаксантов.	340 тонн в год на 150 видов АФС	4,7 млрд руб.
ООО «Б-ФАРМ» (B-pharm)	Индустриальный парк «Ворсино», Калужская обл.	Планируется запустить новый производственный участок с высокотехнологичным оборудованием для выпуска социально-значимой продукции, в т. ч. препараты из перечня ЖНВЛП: «Церебрин», сугаммадекс, этелкальцетид, тедуглутид, терлипрессин, эптифибатид.	Увеличится до 2 млн упак. в год	Заём от ФРП 105 млн руб.
ООО «Велфарм-М» (входит в фармхолдинг Bright Way Group)	ОЭЗ «Технополис «Москва», г. Москва	Открыт завод по производству жизненно важных лекарств для лечения дыхательной и костно-мышечной систем, пищеварительного тракта, противомикробных лекарств и медикаментов других терапевтических групп – всего более 80 наименований.		2,5 млрд руб.
АО «Вертекс»	Площадка «Новоорловская», ОЭЗ «Санкт-Петербург», г. Санкт-Петербург	До конца 2024 г. фармкомпания откроет три новых производственных участка.		2,1 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «Герофарм»	г. Пушкин, г. Санкт-Петербург	Модернизация производства АФС инсулина.	Вырастет в 2 раза	1,8 млрд руб.
ООО «Герофарм»	п. Оболенск, Московская обл.	Производитель открыл новый участок по сборке шприц-ручек с инсулином	7 млн шприц-ручек в год. Общая выросла до 21 млн инъекторов в год	163 млн руб.
ООО «Глобалхимфарм»	г. Долгопрудный, Московская обл.	На предприятии будут производиться АФС стратегически важных фармакологических групп: противоопухолевые, гормональные средства, иммуномодуляторы, препараты для лечения заболеваний костно-мышечной и респираторной системы.		750 млн руб.
ООО «Кронофарм индастриз» (входит в ГК «Кронофарм»)	г. о. Щёлково, Московская обл.	Новый фармацевтический комплекс станет первым собственным производством для компании. Его запуск позволит «импортозаместить» ряд препаратов из Бельгии, США, Германии, Венгрии, Франции и др. стран. Выпуск продукции на заводе по планам должен начаться в 1 кв. 2027 г.		1,4 млрд руб.
ФГУП «Московский эндокринный завод» Филиал «Лефортовский»	г. Москва	Открыт новый научно-лабораторный комплекс, в состав которого входят: участок производства АФС, опытно-промышленный участок производства ЛП, участок разработки и производства стандартных образцов.		944 млн руб.
ФГУП «Московский эндокринный завод» ФГУП «Эндофарм»	Почепский р-н, Брянская обл.	В октябре 2023 г. началось строительство завода по производству АФС полного цикла (более 65 фармсубстанций). К 2026 г. предприятие обеспечит полное импортозамещение в производстве анальгетиков из отечественного растительного сырья.		30 млрд руб., дополнительная субсидия - 45 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «Нанолек»	Кировская обл.	Компания намерена реализовать инвестиционный проект за 7 лет (2025-2032 гг.), который предполагает создание новых мощностей под выпуск биотехнологических субстанций и вакцин для профилактики социально-значимых заболеваний. В числе планируемых к выпуску препаратов: собственная вакцина производителя от ВПЧ, вакцина от ветряной оспы, менингококковой инфекции и др.	14 млн упак. в год	5 млрд руб.
ООО «Октафарма-Фармимэкс»	Скопинский р-н, Рязанская обл.	Компания начала строительство завода по переработке плазмы крови. Предварительная дата ввода предприятия в эксплуатацию – начало 2026 г.	600 тыс. л в год	Не менее 5 млрд руб. в рамках СПИК
АО «Отисифарм Про» (входит в АО «Отисифарм»)	Индустриальный парк «Храброво», г. Калининград	Открыт фармзавод по выпуску медицинских препаратов широкого профиля в таблетированной и капсулированной формах.	До 320 млн упак. в год	Более 4,7 млрд руб.
ООО НПО «Петровакс Фарм»	г. Подольск, Московская обл.	В 2024 г. компания завершит строительство биотехнологического опытно-промышленного комплекса по выпуску АФС и генно-инженерных лекарственных препаратов. В т. ч. препарат для лечения пациентов, страдающих редким генетическим заболеванием – болезнью Фабри, под брендом «Фабагал» (МНН агалсидаза бета).		2 млрд руб.
ООО «ПМК-ФАРМА» (дочерняя компания «ПМК-МЕДЭК»)	Республика Северная Осетия – Алания	К концу 2023 г. производитель планировал завершить стадию проектирования и приступить к строительству завода по выпуску инфузионных растворов и концентратов. Процедуру регистрации проходят 5 препаратов, 3 из которых – онкологические. Выпуск препаратов начнётся в 2025 г.	До 5 млн упак. в год	Около 1 млрд руб.
ООО «Полекс-Фарм»	ОЭЗ «Санкт-Петербург», г. Санкт-Петербург	Одобен инвестиционный проект строительства нового фармпредприятия по разработке и производству генериков и инновационных лекарств, которые ранее не выпускались в России.		2 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «ПСК Фарма» (входит в ГК «Рус Биофарм»)	ОЭЗ «Дубна», Московская обл.	Разработка технологии и организации производства фармацевтической продукции для лечения болезней органов дыхания, а также препаратов для борьбы с онкологией, терапии сердечно-сосудистых заболеваний, ревматоидного артрита и борьбы с аутоиммунными заболеваниями.		5 млрд руб.
АО «Р-Фарм» (входит в ГК «Р-Фарм»)	г. Санкт-Петербург	Строительство производства лекарственных средств		Более 4 млрд руб. Из них: 2,9 млрд руб. пойдут на строительство, 1,2 млрд руб. – на НИОКР и освоение технологий
АО «Фаворит Трейд» (входит в ГК «Бинергия»)	г.о. Черноголовка, Московская обл.	Компания планирует в 3 кв. 2024 г. достроить завод по производству препаратов со складом готовой продукции.		Порядка 4 млрд руб.
ООО «Фармасинтез-Калуга» (входит в ГК «Фармасинтез»)	Индустриальный парк «Воротынский», Калужская обл.	Компания подписала три соглашения, согласно которым запустит до 2026 г. комплекс по производству АФС, в т. ч. для выпуска онкологических препаратов, и построит завод по производству ГЛС.	До 1 000 т субстанций в год	Более 20 млрд руб.
АО «Фармасинтез-Норд» (входит в ГК «Фармасинтез»)	г. Санкт-Петербург	Открыта вторая очередь завода. Проект представляет собой создание фармацевтического НПК, специализирующегося на разработке и производстве биотехнологических лекарств и препаратов для лечения онкологических и аутоиммунных заболеваний. В процессе строительства находится третья очередь, запуск которой запланирован на 2026 г. Строительство четвёртой очереди завода начнётся в 2026 г. и продлится до 2029 г.	Увеличение производства биотехнологических АФС со 150 до 250 кг в год	5 млрд руб., в т. ч. 1 млрд руб. – льготные займы от ФРП
ГК «Фитофарм»	г. Анапа, Краснодарский край	Группа компаний до 2027 г. планирует построить промышленный парк. Резидентами промпарка станут как предприятия ГК, специализирующейся на производстве препаратов и БАД, так и другие производители.		1,6 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «ФСАГ» (принадлежит московскому АО «Инно-технологии»)	Республика Северная Осетия – Алания	Производитель планирует построить завод по выпуску фармацевтических субстанций.		4,2 млрд руб.
МБНПК «Цитомед»	Площадка «Ново-орловская», ОЭЗ «Санкт-Петербург», г. Санкт-Петербург	Производитель приступил к строительству второго завода, на котором будет осуществляться выпуск 15 субстанций для оригинальных пептидных препаратов (3 из них уже получили регудостоверения), а также инновационного препарата для лечения атрофического гастрита. Завершение строительства запланировано на осень 2024 г.		Около 2 млрд руб.
ООО «Эдвансд ЛайфСайенс»	ОЭЗ «Дубна», г. Дубна, Московская обл.	Одобен бизнес-план компании по строительству фармзавода. В планах выпускать АФС и готовые препараты, предназначенные для лечения злокачественных новообразований лёгких, молочной железы, щитовидной железы и др. Выпуск препаратов на предприятии начнётся во 2 кв. 2026 г.		1,1 млрд руб.
ОАО НПК «Эском»	Ставропольский край	В 2024 г. компания начнёт строительство нового цеха по выпуску фармацевтических субстанций.		500 млн руб.
ЯГПУ имени К.Д. Ушинского в партнёрстве с компанией АО «Медисорб»	Ярославская обл.	Открыта новая производственная площадка по синтезу АФС.	Малые серии АФС	

мощностях, материальном балансе ERP, а также ввозе фармсредств и интермедиатов.

Правило «третий лишний», в том числе, стало одной из причин локализации иностранных производителей на территории России. И этот процесс пока не заканчивается. В качестве примеров 2023 года можно привести следующие проекты:

- Отечественная биотехнологическая компания «Петровакс» совместно с южнокорейской ISU Abxis к лету-осени 2024 г. завершит трансфер технологий производства полного цикла (синтез субстанции и производство готовой лекарственной формы) биоаналога агалсидазы бета «Фабагал». Лекарственный препарат предназначен для лечения орфанного заболевания – болезни Фабри и будет доступен для пациентов в возрасте от 8 лет.
- Новый резидент Арктической зоны РФ, индийская компания «САФФАРМ», в 4 кв. 2027 г. запустит в Мурманске фармацевтический комплекс с мощностью 1,3 млрд ед. препаратов ежегодно. Новый завод будет нацелен на производство общих, гормональных и онкологических препаратов. По соглашению объём инвестиций в проект составит свыше 9,2 млрд руб., в т. ч. индийский капитал.
- Немецкая ГК Stada локализовала производство полного цикла препарата «Випидия» (МНН алоглиптин) для пациентов с сахарным диабетом 2 типа на российской площадке «Нижфарм».
- На производственной площадке «Фармстандарт-УфаВИТА» (входит в ГК «Фармстандарт») в Республике Башкортостан в 2024 г. начнётся выпуск полного цикла коммерческих серий оригинальных ин-

новационных препаратов от компании Pfizer: акситиниба, палбоциклиба, бозутиниба и кризотиниба (все входят в перечень ЖНВЛП).

По данным Росстата, фармацевтическая отрасль России в 2023 году произвела лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях, всего на 1,9% больше по сравнению с 2022 годом.

При этом доля локализованных лекарственных препаратов по итогам 2023 года в стоимостном выражении составила 45,1%. Это совпадает с цифрой 2022 года. Такая динамика обусловлена трендами развития госсегмента: финансирование закупки дорогостоящих программ привело к тому, что доля импортных препаратов в этом сегменте растёт, что сказалось на рынке в целом. Так, в 2022 году доля лекарств, произведённых за рубежом и закупленных через тендеры, составляла 57%, тогда как в 2023 году – 60%. Особенность импортозамещения в госсегменте действительно влияет на структуру закупки конкретных МНН, и появление отечественного препарата приводит к практически полному вытеснению иностранных аналогов. Но вновь выводимые оригинальные препараты на рынок имеют более высокую стоимость и чаще всего оказываются импортными. В итоге общие результаты в деньгах по переключению на локализованные препараты нивелируются. Но при этом мы наблюдаем рост доли локализованных препаратов в упаковках: с 83,7% в 2022 году до 84,8% в 2023 году.

В коммерческом сегменте наблюдается переключение потребителя на локализованные препараты – 48,1% (+1,3% по доле). Более агрессивная маркетинговая политика

Таблица 33

ТОП-20 производителей по стоимостному объему продаж на фармацевтическом рынке России в 2023 г.

Примечание: объемы продаж приведены в конечных ценах потребления с НДС.

Рейтинг	Изменение к 2022	Производитель	Объем продаж, млн руб.	Прирост к 2022	Доля
1	-	Bayer	77 137,3	-9,1%	3,5%
2	-	Novartis	76 449,6	1,5%	3,4%
3	-	Sanofi	67 667,6	-5,0%	3,0%
4	-	AstraZeneca	65 654,2	8,5%	2,9%
5	+3	F.Hoffmann-La Roche	61 878,9	13,0%	2,8%
6	-	Johnson & Johnson	58 036,8	0,4%	2,6%
7	+2	Stada	56 069,6	8,1%	2,5%
8	+5	Abbott	46 635,0	0,1%	2,1%
9	-2	Отисифарм	45 635,5	-17,5%	2,0%
10	+4	Servier	44 875,5	5,7%	2,0%
11	+5	KRKA	42 780,8	9,3%	1,9%
12	+3	Teva	42 424,0	5,6%	1,9%
13	-8	Merck	41 317,1	-29,7%	1,9%
14	+4	Биннофарм Групп	40 786,4	11,6%	1,8%
15	+5	Фармстандарт	40 538,5	14,8%	1,8%
16	-6	Биокад	39 652,4	-17,7%	1,8%
17	+4	Озон	37 013,2	8,7%	1,7%
18	-6	Pfizer	36 688,4	-21,4%	1,6%
19	-	GlaxoSmithKline	34 241,0	-4,5%	1,5%
20	+3	Gedeon Richter	32 954,5	9,5%	1,5%

Таблица 34

ТОП-20 производителей по натуральному объёму продаж на фармацевтическом рынке России в 2023 г.

Рейтинг	Изменение к 2022	Производитель	Объём продаж, млн упак.	Прирост к 2022	Доля
1	-	Фармстандарт	321,8	-4,2%	6,3%
2	-	Озон	232,1	-0,5%	4,6%
3	+2	Биннофарм Групп	184,2	4,2%	3,6%
4	-	Stada	180,0	-2,6%	3,5%
5	-2	Отисифарм	169,5	-10,5%	3,3%
6	+1	Обновление	137,7	8,7%	2,7%
7	-1	Teva	130,3	0,1%	2,6%
8	-	Polpharma	113,8	3,0%	2,2%
9	-	Гротекс	109,1	-1,2%	2,1%
10	+1	Вертекс	108,7	3,7%	2,1%
11	+1	Dr.Reddy's	105,2	4,8%	2,1%
12	+3	Тульская Фармфабрика	92,7	5,6%	1,8%
13	-3	Sanofi	92,2	-12,2%	1,8%
14	-	KRKA	91,8	3,0%	1,8%
15	+2	Фармасинтез	89,0	7,3%	1,8%
16	+2	Servier	83,4	2,9%	1,6%
17	+2	Genel	79,6	-0,6%	1,6%
18	-5	Novartis	78,0	-19,9%	1,5%
19	+2	Abbott	76,4	-0,8%	1,5%
20	+3	Gedeon Richter	69,9	0,8%	1,4%

отечественных компаний и снижение активности иностранных производителей также способствуют росту доли продаж в аптеках препаратов, произведенных на территории России.

Между тем получается, что некоторые цели, прописанные в стратегии «Фарма-2030», вроде как уже и выполнены. Базовый сценарий предполагает, что к 2030 году доля препаратов отечественного производства в общем объёме потребления должна вырасти с 61,8 до 66,6% в натуральном выражении (сейчас уже 68,6%). А вот эти надо будет еще реализовывать: «объём экспорта препаратов в денежном выражении вырастет с 1,28 до 3,4 млрд долларов США; доля российских препаратов, входящих в перечень СЗЛС, производство которых ведётся по полному циклу, составит 80% вместо 67,44%».

Для достижения целей по экспорту в том числе и появляются проекты по «локализации» производства российских препаратов за рубежом. Например, «Герофарм» осуществит трансфер технологий производства инсулина на рынок Казахстана на мощностях фирмы ТОО «Карагандинский фармацевтический комплекс» и на заводе государственной фармацевтической компании «Промышленная группа SAIDAL» в Алжире. Ещё один петербургский фармпроизводитель «Биокад» намерен также локализовать

производство препаратов для лечения онкологических заболеваний в Алжире на Saidal.

Волатильность рейтинга производителей довольно высока. В большей мере перемещения коснулись производителей с высокой долей в госзакупках. За счёт падения закупок в госпрограммах компании Merck и «Биокад» переместились по рейтингу вниз на 8 и 6 позиций соответственно – это максимальный результат в ТОП-20.

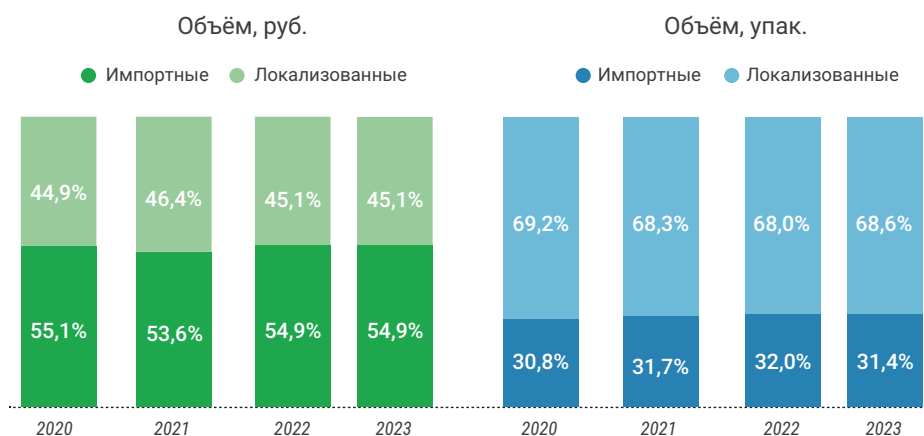
Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2023 году составила 44,3%. Лидирующую позицию по итогам 2023 года заняла компания Bayer несмотря на снижение продаж на 9,1%. Второе место у корпорации Novartis с долей 3,4%. Разница с лидером минимальна всего 500 млн рублей. Производитель Sanofi также сохранил третью строчку рейтинга.

В рейтинге пять российских компаний, тогда как в прошлом году было шесть. Рейтинг покинула компания «Вертекс».

В рейтинге по упаковкам распределение между российскими и иностранными производителями равное – по 10 компаний. Но тройка лидеров в отличие от стоимостного рейтинга полностью принадлежит отечественным корпорациям.

Рисунок 48

Структура потребления ЛП по происхождению





125124, Москва, улица Правды д. 8, корп. 7
+7 (499) 130 50 63

www.dsm.ru

www.dsmgifts.ru