



# ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК РОССИИ

2012



## Уважаемые коллеги!



Инновация должна начинаться, прежде всего, с инновационного подхода в мышлении. Необходимо переосмыслить и изменить отношение к происходящему, понять, что рынок уже другой, оценки и критерии из прошлого не приемлемы.

Последнее время активно обсуждается снижение количества регистрируемых инновационных препаратов в мире, говорится о патентном обвале. Многие эксперты предрекают кризис фармы, но мы практически не говорим о том, что меняется среда, в которой работает фарма. Условия, подходы и требования к новым препаратам уже другие.

Давайте задумаемся, все ли свои разработки фармацевтические компании выводят на рынок? В прошлом FDA выдавала около 50 патентов в год, сейчас не больше 30. Ученые, как и прежде, работают над инновациями. Количество стартапов увеличивается. Критерии «успешной» молекулы стали более высокими. Медицинское сообщество диктует разработчикам свои условия. Главной проблемой становится трансляция научных инноваций в практическое лечение. Возросшая стоимость лечения новыми препаратами с улучшенной, а не кардинально иной эффективностью в эпоху ужесточения оплат страховыми компаниями и уменьшением затрат на здравоохранение во всем мире становится основным негативным фактором внедрения инноваций в практику. Лучше старый проверенный препарат с проверенной и понятной эффективностью и, немаловажно, побочным действием, нежели еще не апробированный в практике новый препарат. Так, генерики становятся основой развития фармы на ближайшие годы.

Сергей Шуляк

Генеральный директор DSM GROUP

<b>Резюме</b>	3
1. Объем фармацевтического рынка России	4
2. Коммерческий сегмент ГЛС	9
3. Дополнительное лекарственное обеспечение	26
4. Объемы продаж сегмента ЛПУ	39
5. Биологически активные добавки	48
6. Косметика	56
7. Импорт ГЛС	62
8. Аптечные сети	67
9. Дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка	70
10. Производство	73

---

### ЗАО «Группа ДСМ»

#### Генеральный директор

Шуляк Сергей  
+7 903 722-19-07

#### Директор отдела стратегических исследований

Нечаева Юлия  
+7 909 992-31-33

#### Старший аналитик

Прожерина Юлия

#### Аналитик

Казова Анастасия

#### Оформление и верстка

Карзаков Денис

#### Аналитический отчет

Фармацевтический рынок РОССИИ  
**Итоги 2012 г.**

Адрес: 125040, Москва,  
5-ая ул. Ямского Поля, д. 7 стр. 2  
Тел.: (495) 780-72-63, 780-72-64  
Факс: (495) 780-72-65  
[www.dsm.ru](http://www.dsm.ru)

В 2012 году активно проходила ревизия государственных программ, влияющих на фармацевтический рынок. В прошедшем году был утвержден целый ряд законодательных актов, которые окажут влияние на развитие рынка в среднесрочной и долгосрочной перспективах (например, «Стратегия лекарственного обеспечения населения РФ до 2025 года» в качестве основной цели ставит повышение доступности качественных, эффективных и безопасных лекарственных препаратов для удовлетворения потребностей населения).

Фармацевтический рынок России входит в десятку крупнейших фармрынков мира. По итогам 2012 года Россия заняла 7 место. Объем фармрынка России в 2012 году составил 921 млрд. руб. (с НДС) в ценах конечного потребления, что на 12% больше чем показатель 2011 года. По темпам роста Россия показывает третье значение.

Российский фармацевтический рынок импорто-ориентирован. 76% лекарств в денежном выражении, которые потребляются населением, производятся за рубежом. Поэтому первые места в рейтинге производителей занимают иностранные компании: SANOFI-AVENTIS, NOVARTIS. На третьей строчке стоит ФАРМСТАНДАРТ – единственный отечественный производитель в ТОП-20 ведущих игроков на фармрынке России.

Развитие дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка в последние годы происходит по четко заданному вектору – диверсификация бизнеса: все национальные дистрибьюторы имеют в рамках управляющей структуры подчиненную аптечную сеть; второе направление, которое активно развивается – это собственное производство. В 2012 году произошел передел рынка. Протек занял лидирующую строчку с долей 16,5%. «Сенсация» года – второе место дистрибьютора Катрен. ТОП-3 замыкает дистрибьютор СИА (лидер прошлых лет). Их совокупная доля в объеме рынка составляет 44%.

2012 год для аптечных сетей прошел под знаком развития новых форматов в рамках сети: дискаунтеры под другим брендом появились у многих игроков рынка. С другой стороны аптечные сети предлагают аптеки премиального сегмента, магазины и студии косметики и т.д. Также в аптечном сегменте можно говорить о переделе рынка – лидирующую позицию заняла сеть «Ригла», на второе место вышла сеть А5, лидер прошлых лет аптечная сеть 3б,б заняла только третью позицию. Их совокупная доля достигает 7,3%.

**Коммерческий сегмент** рынка России в 2012 году демонстрирует высокие показатели роста (+15%). Объем реализации в 2012 году в коммерческом сегменте составил около 537 млрд. руб. (17,3 млрд. дол.). Было реализовано 4,46 млрд. упаковок, что практически совпадает с показателем 2011 года.

**Сегмент «аптечной парафармацевтики»** в 2012 году полностью не вернулся на докризисный уровень по показателю роста. Емкость данного сегмента в 2012 году составила 149 млрд. руб., что на 14% выше, чем объем в 2011 году. Несмотря на это, аптеки активно развивают это направление в своих продажах – так товары под собственной торговой маркой выпускаются в первую очередь по нелекарственным позициям.

**Государственный сектор** в 2012 году показывает рост на уровне 4%. Это один из самых стабильных сегментов на фармацевтическом рынке. Так как его развитие обусловлено бюджетными деньгами. По итогам 2012 года на закупку лекарств для льготных категорий граждан было потрачено 78,4 млрд. руб. Прирост по отношению к 2011 году был отрицательным и составил около -7,4%. По итогам 2012 года емкость сегмента госпитальных закупок составила 157 млрд. руб., что на 11,7% выше, чем показатель 2011 года. В натуральном выражении объем закупленных лекарств составляет около 1,1 млрд. упаковок, что также выше на 8,3%, чем по итогам 2011 года.

Объем импорта ГЛС в Россию в 2012 г. составил 14,4 млрд. дол., что на 9% выше аналогичного показателя в 2011 году.

По прогнозу DSM Group, **российский фармацевтический рынок вырастет в 2013 году на 12% в рублях** и превысит **1 035 млрд. руб.**

## 1. Объем фармацевтического рынка России

Россия времен СССР предпочитала жить пятилетками. Современная Россия строит более масштабные и долгосрочные планы. С 2013 года в России начинает действовать целый ряд новых федеральных программ, касающихся самых разных сфер – от здравоохранения до авиапрома. В 2013 - 2015 годах предлагается к финансированию 50 федеральных целевых программ с объемом финансирования в 2013 году - 1 021 млрд. рублей, в 2014 году – 926,2 млрд. рублей, в 2015 году 935 млрд. рублей.

Одним из первых долгосрочных проектов, относящихся к фармацевтическому рынку, стала **«Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»**, принятая в 2008 году.

В 2012 году утверждена **«Стратегия развития медицинской науки в России на период до 2025 года»**. Стратегия включает мероприятия по разработке инновационной продукции и критически важных технологий. Основной целью документа является создание высокотехнологичных инновационных продуктов и применение их в практическом здравоохранении. Ожидается, что доля инновационных продуктов, выведенных на рынок, составит до 10% от числа впервые зарегистрированных продуктов. В настоящий момент по общему числу ученых Россия находится на четвертом месте после Китая, США и Японии. По уровню финансирования научных исследований Россия занимает девятое место в мире. По числу научных публикаций находится на 15 - 18 месте.

24 декабря 2012 года утверждена государственная программа **«Развитие здравоохранения Российской Федерации до 2020 года»**. На ее реализацию из бюджетов всех уровней будут направлены средства в размере более 33 трлн. рублей. Реализация мероприятий Госпрограммы предусмотрена в два этапа: первый этап - с 2013 по 2015 год, второй этап - с 2016 по 2020 год. Государственная программа включает 11 подпрограмм: «Профилактика заболеваний и формирование здорового образа жизни. Развитие первичной медико-санитарной помощи»; «Совершенствование оказания специализированной, включая высокотехнологичной медицинской помощи, скорой, в том числе скорой специализированной медицинской помощи, медицинской эвакуации» и т.д.

Принята **«Госпрограмма развития фармацевтики и медицинской промышленности»**. Она предполагает выделение из федерального бюджета более 100 млрд. рублей до 2020 года. Госпрограмма должна обеспечить применение международных стандартов в отрасли, а также приток иностранных инвестиций. Государственная программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» состоит из 3 подпрограмм:

- «Развитие производства лекарственных средств»; основная цель - организация производства воспроизведенных и инновационных лекарственных средств для лечения социально-значимых заболеваний.
- «Развитие производства медицинских изделий» направлена на организацию производства высокотехнологичных медицинских изделий.
- «Совершенствование государственного регулирования в сфере обращения лекарственных средств и медицинских изделий» направлена на создание нормативно-правового поля, повышение качества и безопасности продукции, обеспечение приоритета развития национальных отраслей фармацевтической и медицинской промышленности и т.д.

Также у госпрограммы есть и свои целевые показатели: лекарственные средства отечественного производства должны к 2020 году занимать 50% рынка, а медицинские изделия отечественного производства - 40% рынка. Одобрена «Стратегия лекарственного обеспечения населения РФ до 2025 года». Целью

Стратегии является повышение доступности качественных, эффективных и безопасных лекарственных препаратов для удовлетворения потребностей населения и системы здравоохранения на основе формирования рациональной и сбалансированной с имеющимися ресурсами системы лекарственного обеспечения населения Российской Федерации.

Также в 2012 году утверждена **«Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы»** и принята Государственная программа **«Социальная поддержка граждан»**, которые косвенно также повлияют на фармацевтический рынок.

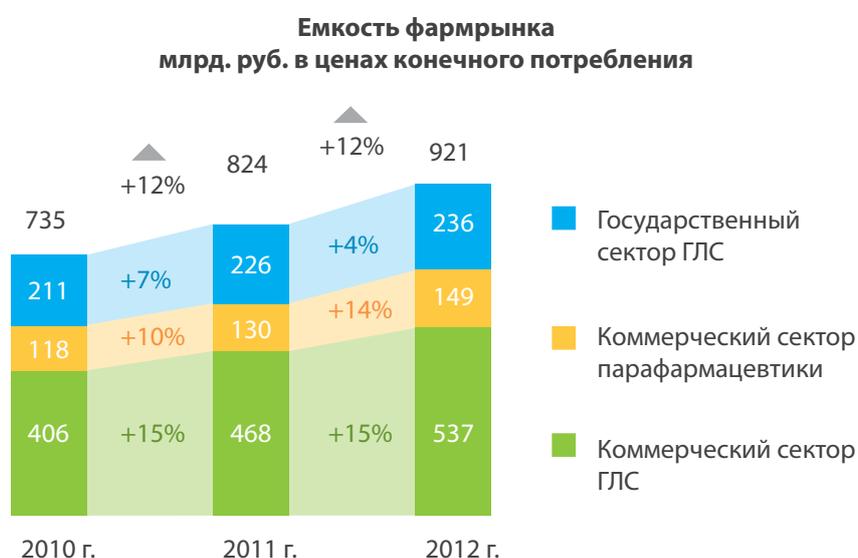
На фармацевтическом рынке России сейчас эпоха перемен и государственных инноваций. Реформа фармацевтического рынка еще не закончена, и в будущем отрасль ожидают новые изменения. С 1 января 2014 года должно стать обязательным соблюдение стандартов GMP (Good Manufacturing Practice - надлежащей производственной практики). Вопрос о готовности отрасли к внедрению данных стандартов именно в 2014 году остается до сих пор открытым.

Пока же влияние разработанных стратегий и программ на числовые показатели работы на фармацевтическом рынке минимальны. И рынок растет довольно стабильно средними темпами.

На рисунках 1-2 представлена динамика объема фармацевтического рынка России в 2010-2012 гг. в розничных ценах.

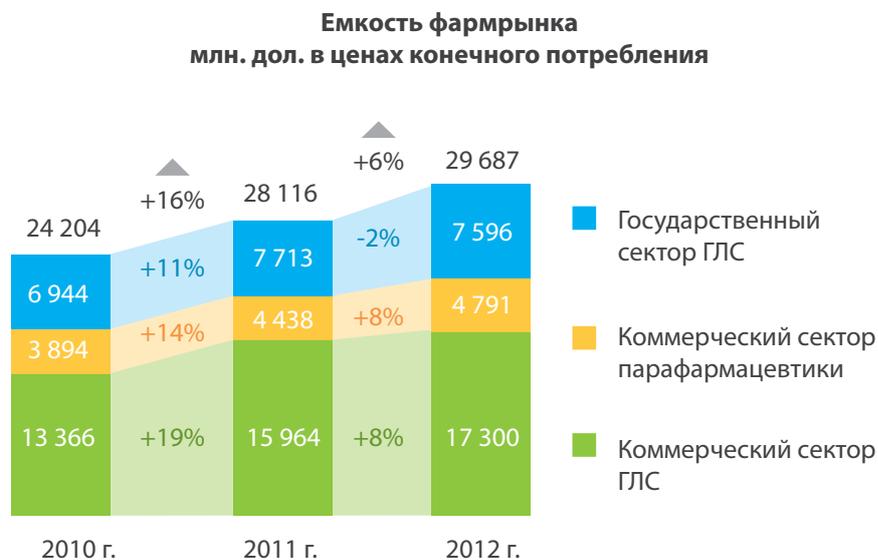
Рисунок 1

### Емкость фармацевтического рынка



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

## Емкость фармацевтического рынка



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

За прошедший год емкость рынка составила 921 млрд. руб. (или 29,7 млрд. дол.), что на 12% больше, чем в 2011 году. Темпы роста рынка выросли и остаются стабильными, но не вернулись на докризисные 20-25%.

Рост рынка в упаковках, по сравнению с рублевым, выглядит очень скромно – 1,3% прироста. Если рассматривать рынок в разрезе сегментов, то наибольший прирост показали продажи лекарственных препаратов в аптеках 15% - 537 миллиардов рублей, на 14% увеличились продажи в аптеках парафармацевтических товаров (149 миллиардов рублей), наименьший прирост показал рынок государственных закупок +4% - 236 миллиардов рублей. Правительство продолжает придерживаться четкой политики в сфере государственного обеспечения лекарствами населения. В 2012 году доля государственных средств на рынке составила порядка 25,6%. Причем закупка лекарств лечебными учреждениями растет быстрее +11%, тогда как в дополнительном лекарственном обеспечении государство с помощью тендерной системы и программы импортозамещения «экономит» (прирост объема поставок лекарств отрицательный -7,5%). Также на объем поставок лекарств в аптеки по системе льготного обеспечения отрицательно сказывается уменьшение количество льготников.

Главным драйвером роста рынка является рост индекса цен на лекарственные препараты. Он сопоставим с индексом потребительских цен Госкомстата и составляет 6,0%. Свою лепту в рост индекса внесло падение рентабельности по всей товаропроводящей цепочке, в связи с изменением налогообложения и регулированием цен на лекарства из списка ЖНВЛП. Если на ЖНВЛП индекс цен составил всего 1,5%, и это было связано с особенностью регистрации импортных препаратов и ростом стоимости валюты, то индекс на лекарственные препараты, не входящие в список ЖНВЛП составил 7,8% за 2012 год. Только таким образом рынок смог хоть как-то компенсировать выпадающие доходы по регулируемым препаратам.

## Объем фармрынка России на фоне стран мира

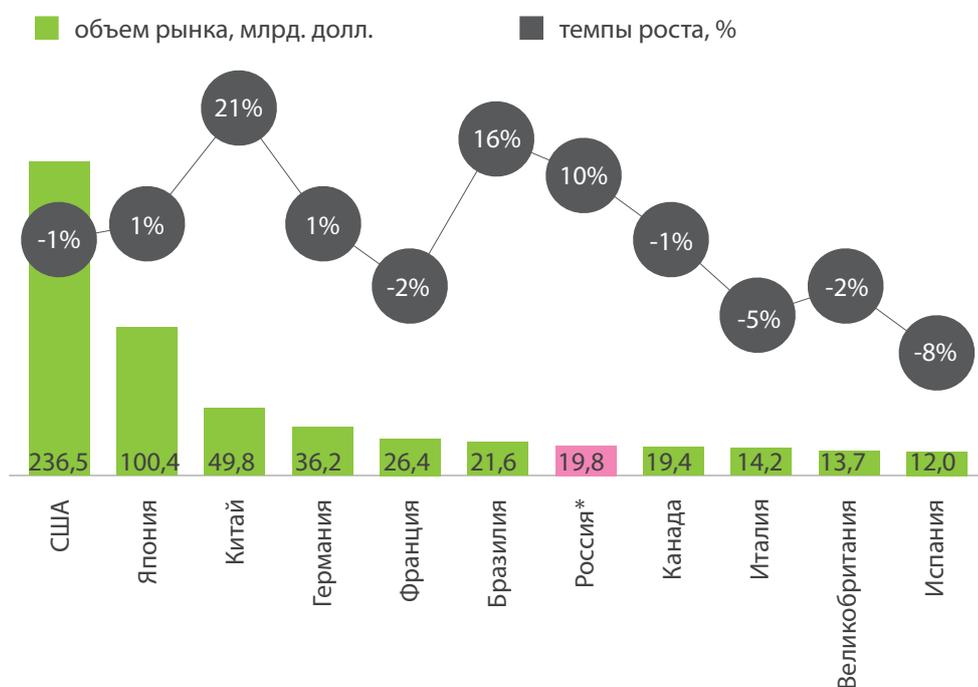
По данным IMS HEALTH, общий объем продаж лекарственных средств на 14 основных фармацевтических рынках в мире за 12 месяцев — с января по декабрь 2012 г. составил 573,4 млрд дол. США (прирост менее 1%). Традиционно наиболее быстрорастущими рынками являются страны Латинской Америки и Китай.

По итогам 2012 года Россия находимся на 7 месте среди ведущих мировых фармацевтических рынков и третьей по темпам прироста в процентах.

Самый большой рынок в США, только розничные продажи лекарственных препаратов составляют 236,5 миллиардов долларов, хотя в 2012 году объем продаж лекарств на рынке США упал. Также сократились продажи почти во всех европейских странах. В целом фармацевтические рынки ТОП-5 европейских стран упали на 2%.

Рисунок 3

### Объем розничного рынка ГЛС России и других стран мира в 2012 году

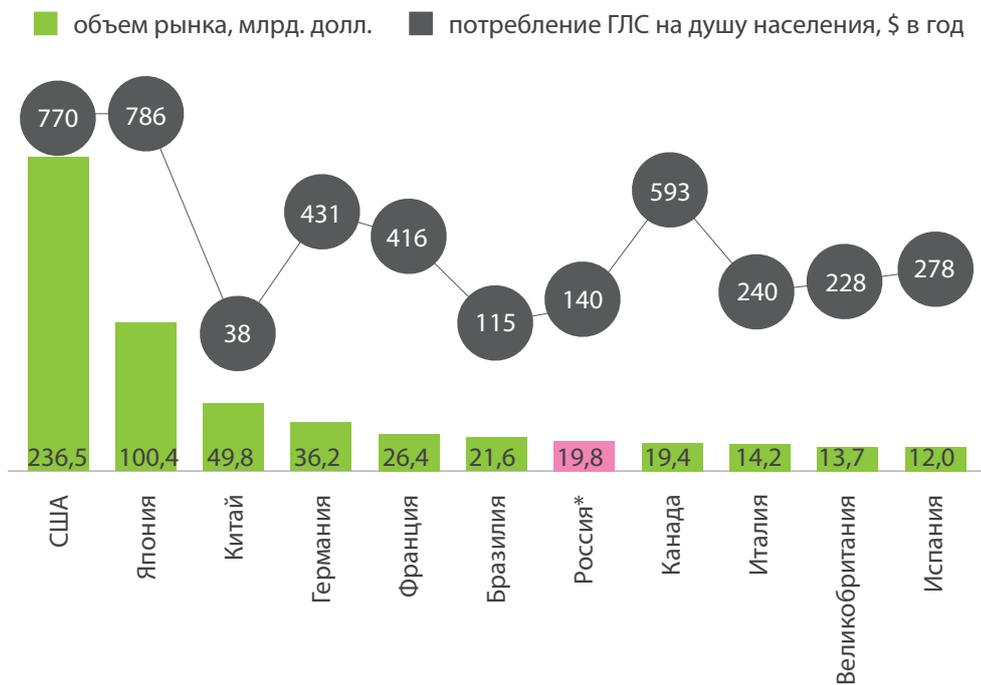


Источник: IMS Health, \*Россия - DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: аптечный рынок ГЛС = коммерческий сегмент ГЛС + ДЛО.

Россия, как и прежде отстает от средневропейского уровня потребления лекарственных препаратов в 3-и раза и в 5-ть раз от потребления в США. Меньше чем в России (140\$), потребление лекарственных препаратов на одного человека, только у Бразилии и Китая 115 и 38 долларов соответственно.

### Потребление ГЛС России и других стран мира в 2012 году



**Источник:** IMS Health, \*Россия - DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** аптечный рынок ГЛС = коммерческий сегмент ГЛС + ДЛО.

## 2. Коммерческий сегмент ГЛС

Емкость коммерческого рынка ГЛС в 2012 году составила 537 млрд. руб. в ценах конечного потребления или 408 млрд. руб. в ценах закупки аптек<sup>1</sup> (рис. 5), что на 14% больше, чем в 2011 году. При этом было реализовано 4,5 млрд. упаковок, что практически совпадает с показателем 2011 года.

### 1. Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ГЛС розничного коммерческого рынка

Структура коммерческого рынка ГЛС по объемам продаж отечественных и импортных препаратов отражена на рисунке 5.

Рисунок 5

#### Соотношение объемов продаж импортных и отечественных ГЛС розничного коммерческого рынка России



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В стоимостном выражении доля отечественных ЛС традиционно составляет около одной четвертой части Российского коммерческого рынка ГЛС. В 2012 году доля отечественных лекарств составила 24%. В то же время отечественные препараты преобладают в аптечных продажах в натуральном выражении – 58,0%. Заметим, что в 2012 году доля в упаковках отечественных лекарств снизилась на 2,3%. Это произошло за счет дешевых препаратов, таких как УГОЛЬ АКТИВИРОВАННЫЙ, ПЛАСТЫРЬ БАКТЕРИЦИДНЫЙ, КОРВАЛОЛ, ВАЛИДОЛ и т. д., цена которых не превышает 15-20 рублей.

В 2012 году прирост продаж отечественных препаратов оказался менее выраженным, чем импортных: в стоимостном объеме 11% против 15%. В натуральном выражении продажи российских лекарств снизились на 3%, в то время как для препаратов импортного производства прирост составил +5%.

Средняя стоимость упаковки отечественного препарата в 2012 г. составила 38 руб., что более чем в 4 раза ниже стоимости упаковки импортного лекарственного средства. В 2012 году стоимость импортной упаковки в среднем приближалась к 166 руб.

<sup>1</sup>Далее в разделе «Коммерческий сегмент ГЛС» все объемы и цены приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

## 2. Соотношение объемов продаж ГЛС рецептурного и безрецептурного отпуска розничного коммерческого рынка

В конце 2012 г. фармрынок всколыхнула новая волна информации о разрешении продажи безрецептурных препаратов в магазинах розничной торговли. Информация на рынке появилась в конце октября, а уже в начале декабря Минпромторг подготовил и направил в Минздрав на согласование перечень безрецептурных лекарственных средств, которые можно будет продавать в продуктовых магазинах – он состоит из 34 групп лекарств без конкретных лекарственных наименований.

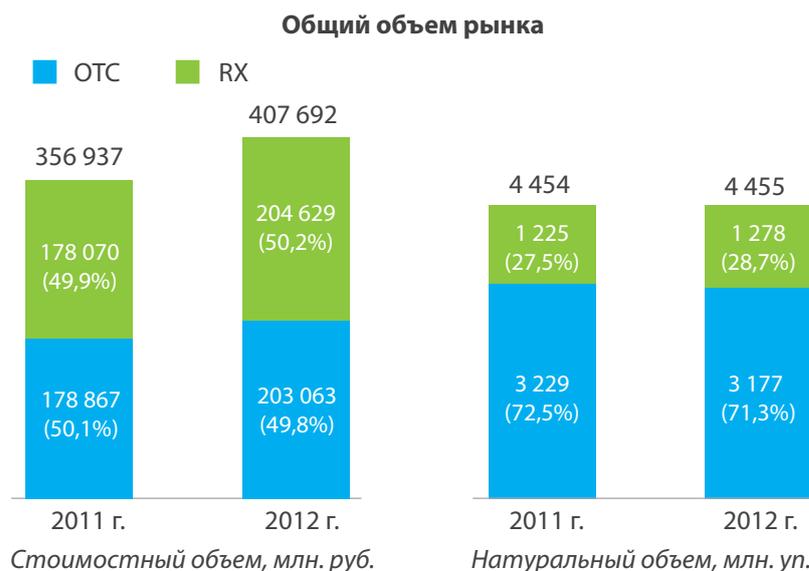
Представители фармсообщества заявили, что последствием такого решения для аптечного ритейла может явиться банкротство многих аптек, а пострадает, в первую очередь, потребитель.

Не смотря на то, что в Минздраве периодически высказываются в пользу поддержки данной инициативы, в целом разрешение о продаже ОТС-лекарств в ритейле в российских реалиях преждевременно.

Соотношение объемов аптечных продаж рецептурных и безрецептурных препаратов показано на рисунке 6.

Рисунок 6

### Соотношение объемов продаж ОТС и Rx препаратов розничного коммерческого рынка России



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

**Примечание:** При расчете 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.

По итогам 2012 г. в сегменте розничного коммерческого рынка ГЛС в денежном выражении выросли продажи как рецептурных, так и безрецептурных препаратов. Обычно продажи рецептурных лекарств растут более высокими темпами, чем продажи ОТС-препаратов, так было и в 2012 г. По сравнению с 2011 г. прирост стоимостных объемов продаж безрецептурных препаратов составил +14%, Rx-препаратов - около +15%. В натуральном выражении отмечалась эквивалентная динамика: отрицательный прирост объемов продаж ОТС-препаратов (-2%) и увеличение Rx (+4%). Доля препаратов рецептурного отпуска в рублях составила 49,8%; в натуральном выражении наибольшая доля приходится на безрецептурные препараты (71,3%).

Отметим, что средняя стоимость Rx-препаратов в 2012 г. составила 160 руб., в то время как цена ОТС-препаратов в среднем в 2,5 раза меньше – 64 руб. за упаковку.

### 3. Структура продаж ГЛС розничного коммерческого рынка по АТС-группам

Соотношение аптечных продаж ГЛС по АТС-группам I-уровня в России представлено в таблице 1.

Таблица 1

Структура продаж ГЛС розничного коммерческого рынка России по АТС-группам				
АТС-группы I-го уровня	Стоимостной объем, млн. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	80 549	19,8%	815,1	18,3%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	51 471	12,6%	621,9	14,0%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	50 901	12,5%	429,0	9,6%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	48 345	11,9%	850,8	19,1%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	31 307	7,7%	281,2	6,3%
J: Противомикробные препараты для системного использования	29 644	7,3%	264,2	5,9%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	29 502	7,2%	77,7	1,7%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	23 606	5,8%	478,0	10,7%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	17 569	4,3%	77,2	1,7%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	13 840	3,4%	255,8	5,7%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	13 204	3,2%	125,2	2,8%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	11 399	2,8%	112,9	2,5%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2 654	0,7%	19,6	0,4%
V: Прочие препараты	2 171	0,5%	22,9	0,5%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	1 460	0,4%	23,9	0,5%

**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

**Примечание.** [~] ЛП, не имеющие АТС-группы (гомеопатические ЛП, ЛП растительного, животного происхождения, субстанции и др.)

Рейтинг АТС-групп по стоимостному объему в сравнении с 2011 годом немного изменился (изменения касаются в основном улучшения позиции АТС-группы [R] Препараты для лечения респираторных заболеваний). В 2011 году лидирующую позицию, как и в предыдущие периоды, сохранили препараты из АТС-группы [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (19,8%). По сравнению с 2011 г. в данной группе отмечается прирост продаж в денежном выражении на 16%. По количеству проданных упаковок в данном сегменте отмечается лишь незначительный положительный прирост, составивший 1,6%. Таким образом, можно сделать вывод, что наблюдаемый рост продаж в рублях по данной группе обусловлен повышением цен на препараты.

Порядка 16% стоимостного объема продаж АТС-группы [A] приходится на подгруппу [A11] «Витамины». В состав этой группы входят витамины, поливитаминные и витаминно-минеральные комплексы. На первом месте по объему продаж в группе [A11] оказался бренд МИЛЬГАММА с долей в рублях, соответствующей 16%. Отечественная линейка КОМПЛИВИТ занимает в стоимостном рейтинге витаминных препаратов 3 место (7,6%). По количеству проданных упаковок лидирует недорогой отечественный препарат «АСКОРБИНОВАЯ КИСЛОТА» (18,2% от продаж [A11]).

Первое место по натуральному показателю среди подгрупп в группе [A], как и в прошлом году, занимают противодиарейные препараты ([A07]) – 26,1% продаж всей группы. Хорошо известный потребителям благодаря активному продвижению препарат ЛИНЕКС возглавляет стоимостной рейтинг в [A07] – 23,3% продаж всех антидиарейных препаратов. Однако по объему проданных упаковок ЛИНЕКС занимает только второе место рейтинга, значительно уступая УГЛЮ АКТИВИРОВАННОМУ, имеющему долю в продажах [A07] 60,3%.

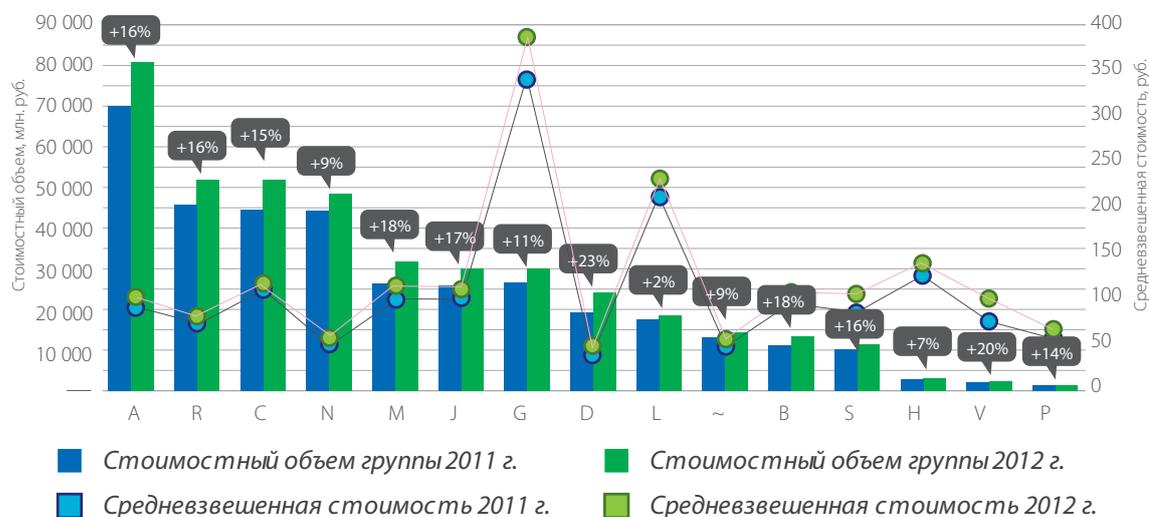
Группа [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» в 2012 г. с 4-го места переместилась на 2-е.

Наибольшая доля стоимостного объема продаж в группе [R] приходится на подгруппу [R05] Препараты для устранения симптомов простуды и кашля (30% от объема продаж по группе [R]). Возглавляет рейтинг внутри группы препарат ЛАЗОЛВАН с долей 4% от всего стоимостного объема группы [R], прирост продаж данного бренда к 2011 г. составил +12,5%.

В группе [R] есть еще одна ключевая подгруппа - 25% приходится на назальные

Рисунок 7

### Структура коммерческого рынка ГЛС в 2011-2012 гг.



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

препараты [R01]. При этом основной объем продаж в подгруппе приходится на бренд ТИЗИН, АКВА МАРИС и ОТРИВИН. Аптечные продажи ТИЗИНА выросли за год в два раза, также внушительную динамику (+50% к уровню стоимостного объема продаж 2011 г.) продемонстрировал ОТРИВИН.

Структура коммерческого рынка по АТС-группам из года в год довольно стабильна. Прирост емкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на рисунке 7.

По итогам 2012 г. почти во всех АТС-группах отмечается рост стоимостного объема продаж, исключение составляет АТС-группа [L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы (сокращение продаж препаратов группы составило 2,3%). Максимальный прирост в денежном выражении, составивший 23%, был отмечен для препаратов группы [D] Препараты для лечения заболеваний кожи (за счёт роста объемов продаж брендов ЭКЗОДЕРИЛ, МИРАМИСТИН, БЕПАНТЕН и др.). В натуральном выражении наибольший прирост аптечных продаж был зафиксирован среди ГЛС группы [M] Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы – он составил +10%.

Наибольшая стоимость средневзвешенной упаковки по итогам 2012 г. составила 380 руб. для препаратов группы [G] Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны. Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ГЛС этой группы достигает 5 тыс. руб. и выше. Также высокая цена средневзвешенной упаковки отмечается в группах [L] Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы – порядка 210 руб., [H] Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) – около 130 руб.

Вклад различных АТС-групп в общий прирост коммерческого рынка оценивался с помощью взвешенного прироста – показателя, учитывающего долю АТС-группы, умноженную на темп ее роста (рис. 8).

Рисунок 8

### Взвешенный прирост ГЛС розничного коммерческого рынка по АТС-группам



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Наибольший вклад в увеличение стоимостной емкости коммерческого рынка ГЛС в 2012 году внесли группы препаратов для лечения заболеваний пищеварительного тракта [A], респираторной [R] и сердечно-сосудистой системы [C], что суммарно составило 7,0% или около 45% от роста рынка в целом.

#### 4. Производители ГЛС розничного коммерческого рынка

В таблице 2 приведены ТОП-20 фирм-производителей, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2012 году.

Таблица 2

##### ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему аптечных продаж розничного коммерческого рынка России по итогам 2012 года

Рейтинг 2012 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	NOVARTIS	24 759	16,66%	6,07%
2	-	SANOFI	21 838	10,92%	5,36%
3	-	ФАРМСТАНДАРТ	17 718	-0,39%	4,35%
4	-	BERLIN-CHEMIE	13 992	6,91%	3,43%
5	-	TAKEDA	13 534	13,39%	3,32%
6	-	BAYER	13 252	17,65%	3,25%
7	1	TEVA	12 532	22,57%	3,07%
8	-1	GEDEON RICHTER	11 409	4,15%	2,80%
9	2	PFIZER	11 081	25,78%	2,72%
10	1	ABBOTT	10 867	13,26%	2,67%
11	-1	SERVIER	10 613	18,05%	2,60%
12	1	KRKA	8 542	20,30%	2,10%
13	-1	STADA	8 399	13,87%	2,06%
14	-	MERCK	7 930	16,09%	1,95%
15	-	BOEHRINGER INGELHEIM	7 539	15,24%	1,85%
16	2	ASTELLAS PHARMA	7 012	29,51%	1,72%
17	-	DR.REDDY'S LABORATORIES	6 431	18,38%	1,58%
18	-2	ACTAVIS GROUP	5 780	6,41%	1,42%
19	-	GLAXOSMITHKLINE	5 758	10,64%	1,41%
20	1	JANSSEN PHARMACEUTICA	4 545	12,95%	1,11%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В 2012 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало около 1000 игроков (550 отечественных и 501 иностранная фирма-производитель).

Суммарно на ТОП-20 фирм-производителей приходится 54,8% стоимостного объема продаж ГЛС. По сравнению с 2011 общая доля двадцатки практически не изменилась.

NOVARTIS сохранил лидирующую позицию в рейтинге с долей в рублях, составившей 6,1%. Портфель компании NOVARTIS довольно большой (свыше 100 препаратов, реализуемых на коммерческом рынке). Максимальный объем продаж компании приходится на препарат ЛИНЕКС – его доля в продажах компании по итогам 2012 года составила 11,7% в денежном выражении с приростом +11% к уровню продаж 2011 г. Наибольшее увеличение продаж отмечено для препаратов ОТРИВИН (+51%), СИНЕКОД (+61%), ГАЛВУС (+109%). В натуральном выражении по объему продаж лидируют такие известные бренды, как ТЕРАФЛЮ, ЛИНЕКС, КЕТОНАЛ. На эти три позиции приходится 29% проданных упаковок, что эквивалентно суммарной доле этих препаратов в стоимостном объеме продаж компании.

Компания SANOFI-AVENTIS, занявшая второе место, проиграла лидеру 0,71% по доле в рублях. «Бессменные» хиты продаж компании – ЭССЕНЦИАЛЕ, НО-ШПА, МАГНЕ – обеспечивают компании уверенные позиции на рынке, а ЭССЕНЦИАЛЕ и НО-ШПА ежегодно попадают в ТОП-20 брендов.

На третьем месте, как и в 2011 году, ФАРМСТАНДАРТ с долей 4,35%. Темп прироста продаж компании по итогам 2012 г. был отрицательным «-0,4%», примечательно, что крупнейший отечественный производитель лекарств единственный среди всех участников рейтинга отметил уменьшением объемов аптечной реализации препаратов. Это обусловлено падением продаж ведущих лекарственных брендов – АРБИДОЛ (-22% к уровню продаж 2011 г.), КОДЕЛАК (-29%).

По итогам 2012 года улучшили свои позиции в Top-20 производителей российского коммерческого рынка лекарств следующие компании: TEVA (аптечные продажи препаратов компании выросли на 22,6% благодаря стабильному росту спроса на такие ГЛС, как СУМАМЕД, АМБРОБЕНЕ и ХИЛАК), PFIZER (прибавивший почти 26% к уровню продаж 2011 г. за счет увеличения реализации ряда брендов, в частности ТИЗИНА, ЛИРИКИ и ДИФЛЮКАНА), АББОТТ, поднявшийся в рейтинге на одну позицию. Кроме того, KRKA с 13-го места переместилась на 12-е, чему способствовал рост продаж лекарств компании более чем на 20% (флагманами роста выступили такие препараты, как ЭНАП (+5%), ЛОРИСТА (+77%), ГЕРБИОН (+24%) и АТОРИС (+41%)).

ASTELLAS PHARMA с 18-го места в 2011 г. переместился на 16-е в 2012 г., отметившись максимальным среди компаний первой двадцатки приростом аптечных продаж «+29,5%». В российских аптеках реализуется 19 лекарственных брендов компании, из них весомый прирост спроса был зафиксирован на ДЕ-НОЛ, ОМНИК, ФЛЕМОКСИН и проч. В 2012 г. росли продажи почти всех препаратов ASTELLAS PHARMA.

Также необходимо отметить компанию JANSSEN PHARMACEUTICA, являющуюся фармацевтическим подразделением корпорации Johnson & Johnson. В 2012 г. компания заняла 20-ю строчку рейтинга, увеличив продажи своих препаратов в аптеках страны почти на 13%. Этому способствовал рост спроса на такие лекарства, как противодиарейный препарат ИМОДИУМ (+35% к уровню продаж 2011 г.), противоязвенное средство ПАРИЕТ (+13%) и лекарственное средство для снятия симптомов диспепсии МОТИЛИУМ (+28%).

## 5. Препараты розничного коммерческого рынка

В таблице 3 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж на коммерческом рынке России в 2012 году.

Таблица 3

ТОП-20 брендов по объему продаж в стоимостном выражении на коммерческом рынке России в 2011-2012 годах					
Рейтинг 2012 г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	1	ЭССЕНЦИАЛЕ	3 812	5,5%	0,93%
2	-1	АРБИДОЛ	3 744	-22,1%	0,92%
3	3	КОНКОР	3 291	16,5%	0,81%
4	1	АКТОВЕГИН	3 214	10,7%	0,79%
5	-2	ВИАГРА	3 037	-4,7%	0,75%
6	1	ЛИНЕКС	2 892	11,2%	0,71%
7	-3	НУРОФЕН	2 844	-7,7%	0,70%
8	1	АЛФЛУТОП	2 683	26,0%	0,66%
9	-1	ТЕРАФЛЮ	2 443	11,3%	0,60%
10	3	ДЕТРАЛЕКС	2 336	17,7%	0,57%
11	6	НАЙЗ	2 218	22,0%	0,54%
12	3	НО-ШПА	2 095	12,1%	0,51%
13	3	ЛАЗОЛВАН	2 091	13,2%	0,51%
14	46	РЕДУКСИН	2 079	108,1%	0,51%
15	-3	АНАФЕРОН	2 077	3,2%	0,51%
16	2	МЕКСИДОЛ	2 054	13,7%	0,50%
17	4	МИЛЬГАММА	2 053	22,5%	0,50%
18	51	КАГОЦЕЛ	2 049	124,7%	0,50%
19	-5	МОВАЛИС	2 021	6,7%	0,50%
20	-10	ОЦИЛЛОКОКЦИНУМ	2 013	-4,0%	0,49%

**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Суммарно ТОП-20 ведущих брендов занимают 12,5% стоимостного объема коммерческого сегмента ГЛС. Тройка хитов продаж изменилась: ЭССЕНЦИАЛЕ стал лидером (сместив АРБИДОЛ на 2-ю строчку), КОНКОР обосновался на 3-ей позиции, потеснив ВИАГРУ и АКТОВЕГИН.

Отметим, что в 2012 году «масштабных» эпидемий гриппа и других ОРВИ не было, препараты этой категории росли неравномерными темпами: продажи АРБИДОЛА и ОЦИЛЛОКОКЦИНУМА сократились на 22% и 4% соответственно, в то же время спрос на ТЕРАФЛЮ, АНАФЕРОН и КАГОЦЕЛ вырос. Особенно заметно увеличение продаж КАГОЦЕЛА – за 2012 г. они выросли более чем в 2 раза.

Наиболее заметное улучшение позиций в рейтинге в 2012 г. продемонстрировали два препарата - уже упомянутый КАГОЦЕЛ (+51 строчка) и РЕДУКСИН, переместившийся с 60-ой строчки на 14-ю. Массированная рекламная кампания, стимулировавшая рост спроса на одноименный БАД, «подтолкнула» и продажи лекарственного препарата, в результате за 2012 г. объем аптечной реализации РЕДУКСИНА увеличились на 108% по отношению к 2011 г.

В рейтинге по объему проданных упаковок лидирующие позиции занимают недорогие препараты – УГОЛЬ АКТИВИРОВАННЫЙ, ЦИТРАМОН и АЦЕТИЛСАЛИЦИЛОВАЯ КИСЛОТА. Среди ГЛС, вошедших в ТОП-20 по стоимостному объему, только НУРОФЕН попал в рейтинг ТОП-20 по натуральному объему и занял 16 место. Отметим, что рейтинг ГЛС ТОП-20 в натуральном выражении почти на 100% состоит из так называемых «традиционных» лекарственных препаратов, то есть тех, которые продаются только на территории России и стран бывшего СССР. И в рублевом рейтинге они занимают места ниже 100 строчки. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 10 рублей.

## 6. ЖНВЛП

В настоящее время в перечень ЖНВЛП (Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты - перечень лекарственных препаратов, утверждаемый Правительством Российской Федерации в целях государственного регулирования цен на лекарственные средства) входит порядка 500 МНН. Это препараты первой необходимости, применение которых способствует снижению показателей смертности и заболеваемости среди населения. Количество препаратов в списке жизненно важных и необходимых (ЖНВЛП) за три года выросло в два раза: примерно с 5000 наименований в 2009 г. до 10 000 в 2012 г. В 2011 г. перечень таких лекарств был расширен на 37 международных непатентованных наименований, в 2012 г. — на 29.

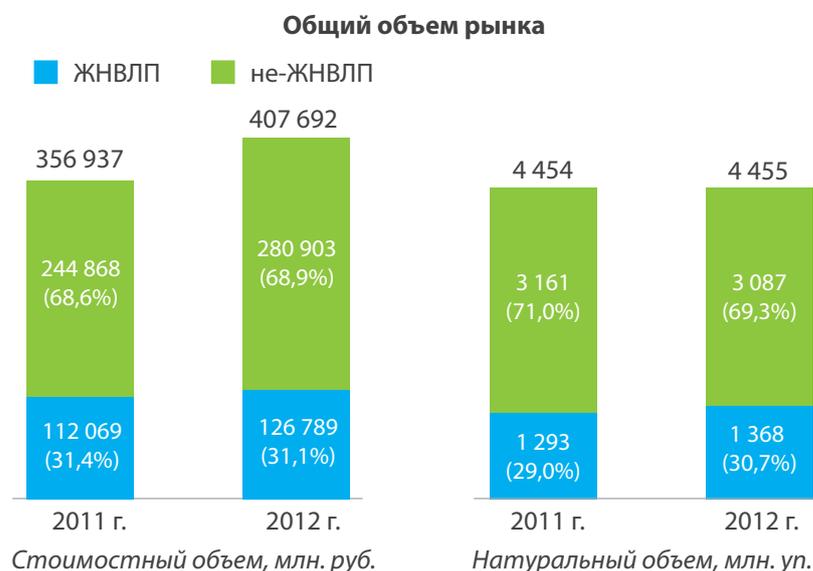
На препараты, вошедшие в данный перечень, с апреля 2010 года введено государственное регулирование цен. Регулирование происходит на базе определения предельной цены производителя и предельных торговых надбавок к этой цене, т. е. оптовых и розничных цен. Величина наценки зависит от региона. Согласно методике определения цен, российские фармпроизводители могут ежегодно перерегистрировать цены с поправкой на инфляцию или в случае изменения цен на сырье и материалы или накладных расходов. Иностранцы производители регистрируют цены на основе данных о минимальных ценах в странах-производителях и государствах, где зарегистрированы препараты. Однако, в реальности за два года функционирования системы повысить отпускные цены на препараты из списка ЖНВЛП не удалось ни отечественным, ни зарубежным производителям. Это порождало напряженность среди членов фарм.сообщества.

В октябре 2012 г. была утверждена новая методика установления цен на препараты ЖНВЛП, согласно которой предполагается ежегодная индексация цен на отечественные лекарства, которые входят в перечень ЖНВЛП, в зависимости от уровня инфляции. Уровень инфляции и ранее фигурировал как критерий повышения цены, однако увеличить цену, опираясь на этот показатель, отечественным производителям пока не удавалось. Что касается зарубежных компаний, то для них методология определения предельной отпускной цены не изменилась.

Перечень ЖНВЛП на 2013 г. будет таким же, как в 2012 г. В результате на сегодняшний день полный список ЖНВЛП составил 567 позиций лекарственных препаратов, из которых 93 наименования (16,4%) производятся только отечественными компаниями, 207 наименований (36,5%) – только зарубежными, а производство 267 наименований (47,1%) лекарственных препаратов осуществляется как российскими, так и иностранными фармацевтическими предприятиями.

Рисунок 9

### Соотношение продаж препаратов перечня ЖНВЛП и не-ЖНВЛП



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Продление действия перечня ЖНВЛП на 2013 год объясняется подготовкой к переходу на новую систему страхового лекарственного возмещения, которая, по планам Минздрава РФ, может вступить в силу в ближайшие годы.

По итогам 2012 года в продажах аптек было зафиксировано 479 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответствует 1604 брендам). Объем продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил 100,6 млрд. рублей или 1 262 млн. упаковок (рис. 9).

Отметим, что в стоимостном выражении объем продаж ЖНВЛП вырос медленнее, чем по остальному перечню препаратов (13% против 15%). В натуральном выражении картина прямо противоположная: в упаковках препараты ЖНВЛП выросли на 6%, тогда как объем реализации препаратов, не включенных в список, снизился на 2%.

Доля отечественных препаратов, как и на рынке в целом, преобладает в натуральном выражении (53,4%), в деньгах их доля составляет всего 25,1%.

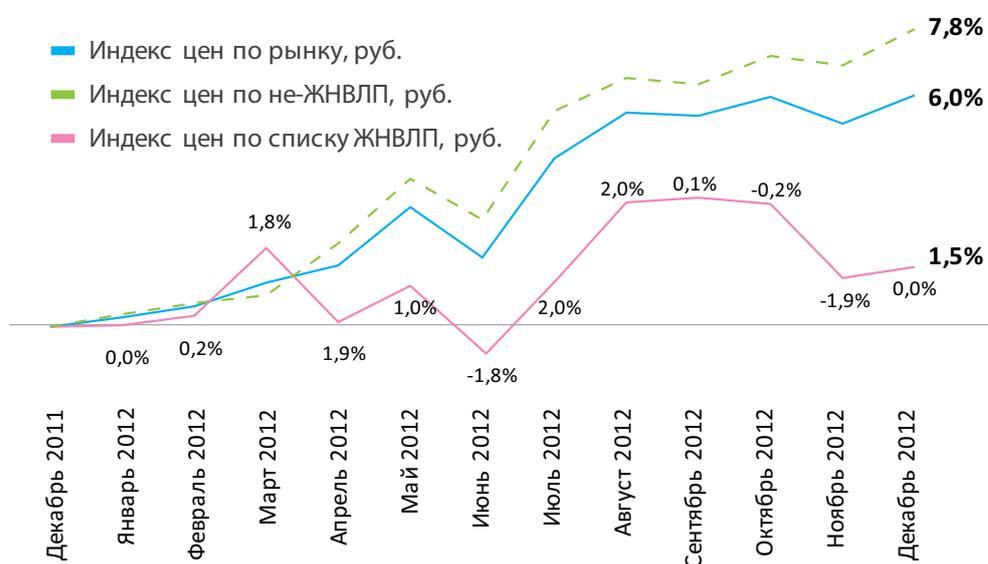
Средневзвешенная цена на ЖНВЛП оказалась равна по итогам 2012 г. 92,7 руб., причем цена одной упаковки отечественного препарата составила около 43 руб., а импортного почти в 4 раза выше (149 руб.).

Еще один интересный факт заключается в том, что стоимость препаратов ЖНВЛП превысила средневзвешенную цену на остальные препараты, тогда как ранее лекарства, не относящиеся к списку ЖНВЛП, стоили в среднем выше примерно на 7%. Таким образом, можно заключить, что в сегменте ЖНВЛП происходит более сильное, чем в целом по рынку, смещение продаж в сторону дорогих препаратов.

На рисунке 10 приведен индекс цен по различным группам лекарств.

Рисунок 10

### Динамика индекса цен на коммерческом рынке в 2012 году



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

За 12 месяцев 2012 года цены на ЖНВЛП выросли на 1,5. Препараты, не входящие в список ЖНВЛП, по сравнению с декабрем 2011 года увеличились в цене на 7,8%. Основной рост цен пришелся на 2 полугодие 2012 года – за этот период индекс цен вырос на 4%. Только таким образом рынок смог хоть как-то компенсировать снижение доходов, связанное с фиксацией цен на ЖНВЛП.

Рейтинг продаж ГЛС по МНН, включенным в перечень ЖНВЛП представлен в таблице 4. Возглавляет рейтинг ЖНВЛП по МНН – КСИЛОМЕТАЗОЛИН. Отметим, что в 2011 г. лидировал в рейтинге УМИФЕНОВИР (АРБИДОЛ), однако падение аптечных продаж

данного МНН в 2012 г. на 22,1%, на фоне трехкратного роста спроса на ТИЗИН (МНН КСИЛОМЕТАЗОЛИН) привело к смене лидирующего МНН. На втором месте в рейтинге ЖНВЛП препараты ПАНКРЕАТИНА, среди которых самым продаваемым является МЕЗИМ ФОРТЕ. Замыкает тройку лидеров МНН БИСОПРОЛОЛ (лидер в МНН – КОНКОР).

Таблица 4

### Рейтинг продаж МНН, включенных в ЖНВЛП

	МНН	% от продаж ЖНВЛП, руб.	Объем, млн. руб.	Лидер среди брендов внутри МНН
1	КСИЛОМЕТАЗОЛИН	4,17%	5 287	ТИЗИН
2	ПАНКРЕАТИН	3,57%	4 531	МЕЗИМ ФОРТЕ
3	БИСОПРОЛОЛ	3,08%	3 906	КОНКОР
4	УМИФЕНОВИР	2,95%	3 744	АРБИДОЛ
5	АЗИТРОМИЦИН	2,40%	3 039	СУМАМЕД
6	АМОКСИЦИЛЛИН+КЛАВУЛАНОВАЯ КИСЛОТА	2,25%	2 848	АМОКСИКЛАВ
7	ЭНАЛАПРИЛ	2,03%	2 576	ЭНАЛАПРИЛ
8	ЭТИЛМЕТИЛГИДРОКСИПИРИДИНА СУКЦИНАТ	1,81%	2 298	МЕКСИДОЛ
9	ФЛУКОНАЗОЛ	1,80%	2 278	ФЛЮКОСТАТ
10	ДРОТАВЕРИН	1,78%	2 255	НО-ШПА
11	ИНТЕРФЕРОН АЛЬФА-2В	1,69%	2 137	ВИФЕРОН
12	ОМЕПРАЗОЛ	1,68%	2 125	ОМЕЗ
13	АДЕМЕТИОНИН	1,61%	2 039	ГЕПТРАЛ
14	ИБУПРОФЕН	1,58%	2 009	НУРОФЕН
15	АТОРВАСТАТИН	1,55%	1 971	ТОРВАКАРД
16	ДИДРОГЕСТЕРОН	1,49%	1 891	ДЮФАСТОН
17	ЦЕТИРИЗИН	1,47%	1 858	ЗИРТЕК
18	АМБРОКСОЛ	1,32%	1 680	ЛАЗОЛВАН
19	ТАМСУЛОЗИН	1,27%	1 606	ОМНИК
20	КЛОПИДОГРЕЛ	1,22%	1 549	ПЛАВИКС

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Наибольший рост средневзвешенной цены наблюдается для препарата ЭНАЛАПРИЛ (+17%) за счет увеличения продаж «больших» упаковок ЭНАПА (в 2012 г. выросли объемы продаж ЭНАП 10 мг. по 500 и 1000 табл./упак.)

## 7. Ценовая сегментация препаратов розничного коммерческого рынка

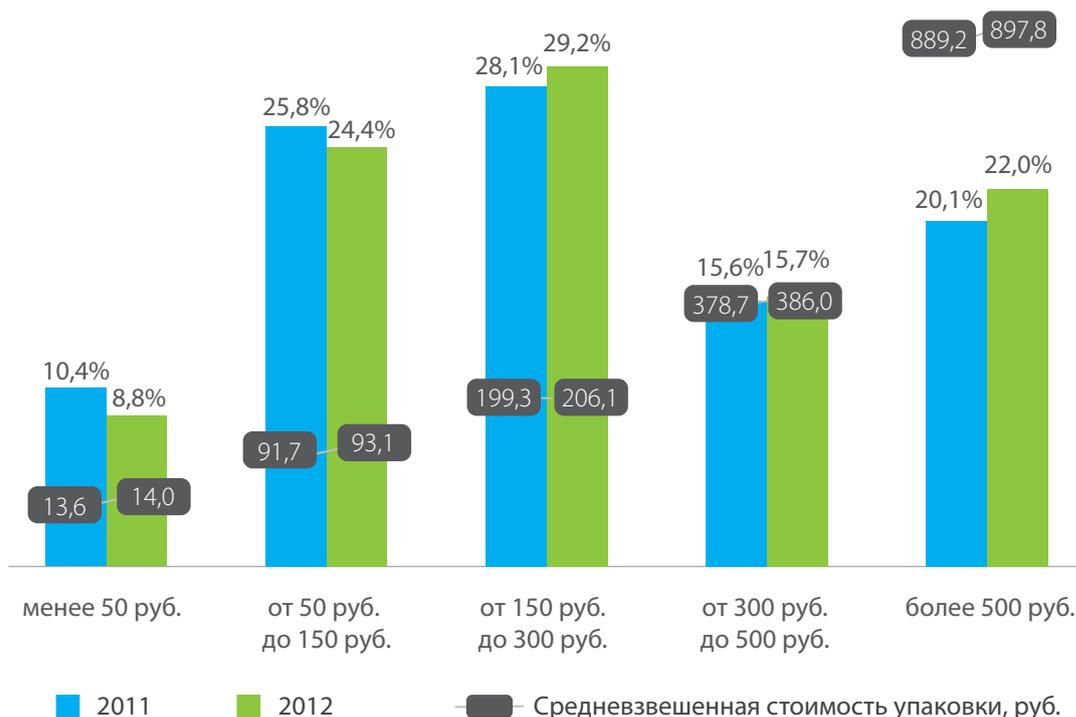
Средняя стоимость упаковки ГЛС на коммерческом рынке в 2012 году выросла на 14,2% и составила 91,5 руб.

Рассмотрим, из чего же складывается эта величина.

На рисунке 11 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки в ценовых сегментах в 2011-2012 годах.

Рисунок 11

### Структура стоимостных продаж ГЛС розничного коммерческого рынка по ценовым сегментам



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Наибольшее опасение в 2012 г. вызвала связанная с регулированием цен на ЖНВЛП возможность вымывания дешевых препаратов из ассортимента дистрибуторов и аптек. Опасения оказались напрасны, ассортимент в большей степени определяется потребностью потребителя, и аптеки всегда стараются закрыть позиции по дефектуре. Разрыв между ассортиментом аптеки и потребностью покупателей неминуемо ведет к потере последнего.

Как видно из рисунка 9, доля препаратов стоимостью ниже 50 рублей за последний год упала на 1,6%, падение доли этих препаратов в списке ЖНВЛП составило 1,1%. И это характерная черта нашего рынка в последние годы, несвязанная напрямую с регулированием цен. Данную тенденцию можно расценить как перераспределение покупательских предпочтений в сторону более дорогих и более эффективных лекарственных препаратов. Так, объем продаж таких популярных препаратов как НАФТИЗИН, УГОЛЬ АКТИВИРОВАННЫЙ, ЦИТРАМОН и АНАЛЬГИН суммарно сократился на 32,6 миллионов упаковок.

При этом если «закрепить» потребительскую корзину на уровне 2011 года (то есть вне зависимости от того какая цена у препарата в 2012 года, он попадет в тот же сегмент, в котором оказывается по итогам 2011 года), то доля препаратов с ценой менее 50 руб. в 2012

году составит 10,2%, то есть всего на 0,2% меньше, чем в 2011 году. По остальным сегментам изменения также будут минимальны. Таким образом, можно сделать вывод, что доли рынка по ценовым сегментам меняются в основном за счет роста цен и перехода препарата из одной ценовой группы в другую, более высокую.

Сегмент препаратов с ценой до 50 руб. остается самым емким в натуральном выражении и составляет 57%.

Наиболее быстро растущая ценовая группа как в стоимостном (+25%), так и в натуральном выражении (+24%) – группа препаратов стоимостью от 500 рублей, ее доля увеличилась на 1,9% и составила 22,0% в рублях. В упаковках доля этой группы минимальна – 2,2%.

Наиболее емкая по итогам 2012 года группа препаратов с ценой от 150 руб. до 300 руб. заняла 29,2% объема в денежном выражении. Прирост продаж в этой группе составил +18% в 2012 г. по отношению к 2011 г.

## 8. Индекс цен препаратов розничного коммерческого рынка

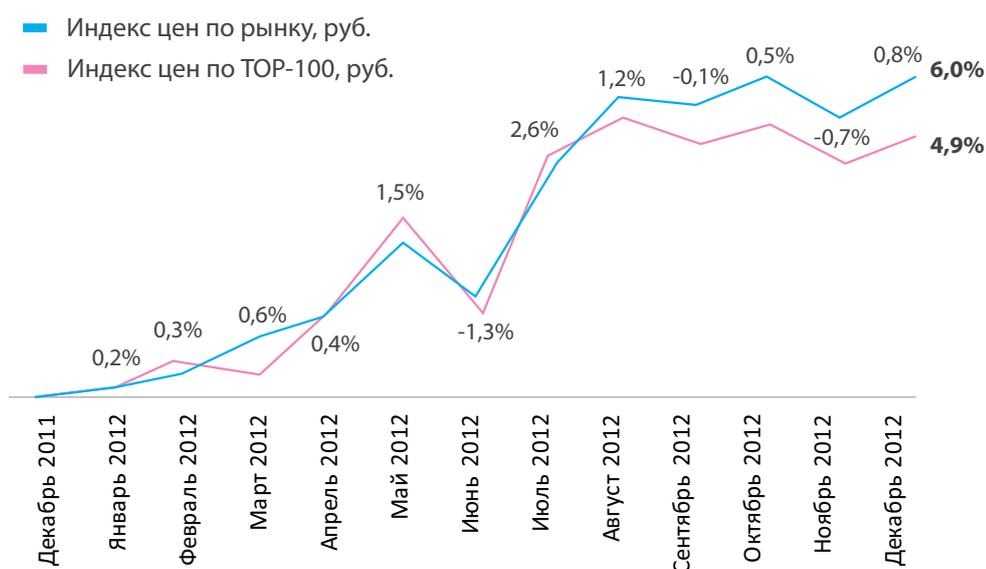
Для объективной оценки изменения цен на препараты в розничном коммерческом сегменте рынка был рассмотрен индекс цен, при расчете которого использовался фиксированный список готовых лекарственных средств<sup>2</sup>.

Главным драйвером роста рынка, как и в предыдущие годы, стал рост индекса цен на лекарственные препараты. В 2012 году инфляция на лекарства (6,0%) была ниже, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (6,6%). Уровень цен на лекарственные препараты повышался не равномерно, основной рост пришелся на второе полугодие. Свою лепту в рост индекса внесло падение рентабельности по всей товаропроводящей цепочке в связи с изменением налогообложения и регулированием цен на ЖНВЛП.

На наиболее востребованные препараты было отмечено не столь высокое повышение цен: индекс цен на ТОП-100 торговых наименований по обороту в 2012 году составил 4,9% (рис. 12).

Рисунок 12

### Изменение цен на ГЛС на коммерческом рынке России в 2012 году



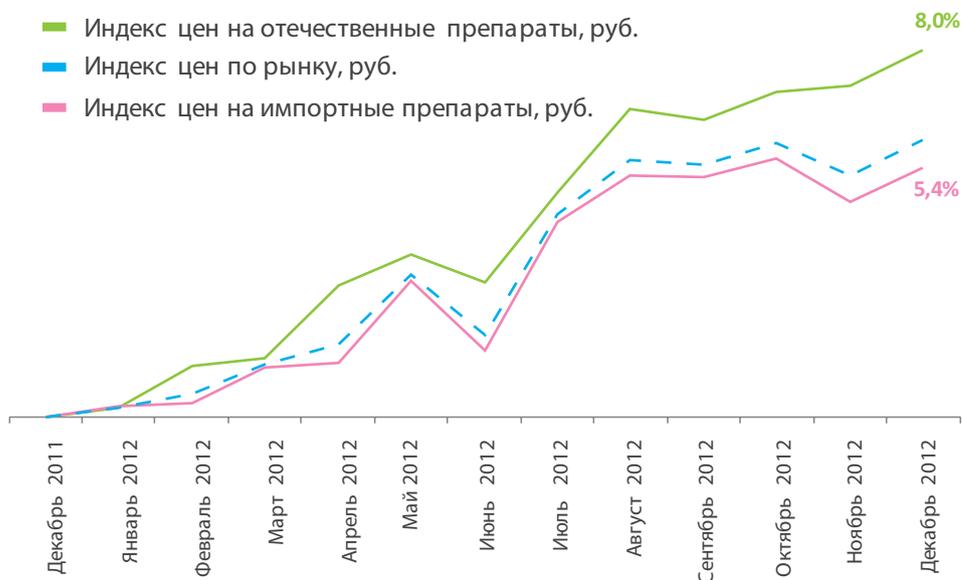
Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Индекс цен на импортные и отечественные препараты в 2012 г. показан на рисунке 13.

В 2012 году изменение цен на отечественные и импортные препараты отличалось друг от друга. Значение показателей составило 8,0% и 5,4% соответственно. Темп роста цен на лекарства российского производства заметно превышал показатель увеличения цены на импортные препараты.

Рисунок 13

### Индекс цен на препараты импортных и отечественных производителей на коммерческом рынке России в 2012 году



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Согласно данным Госкомстата, в 2012 г. лекарственные препараты заняли около 1,8% в базовой структуре потребительских расходов населения России, что ниже на 0,08%, чем в 2011 г. Таким образом, Госкомстат несколько снизил значимость лекарств в потребительских расходах.

На рисунке 14 представлен общий индекс потребительских цен, а также индексы цен на отдельные категории товаров и услуг.

### Индекс потребительских цен в России (декабрь 2012 года к декабрю 2011 года)

Рисунок 14



Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

<sup>2</sup>За основу при расчете индекса цен за текущий год был взят пересекаемый список всех полных наименований препаратов, которые присутствовали на рынке в предыдущий год.

Общий индекс потребительских цен в 2012 году составил 6,6%. При этом самый большой рост цен наблюдался на продукты питания (7,5%). Менее всего выросли цены на непродовольственные товары (5,2%). Индекс цен на лекарства оказался ниже, чем инфляция в целом.

## 9. Новые препараты розничного коммерческого рынка

Новые препараты выводятся на рынок каждый год. В 2012 году в российских аптеках появилось более 620 новых брендов лекарственных препаратов. В сравнении с

Таблица 5

### ТОП-20 новых брендов 2012 года на коммерческом рынке РФ

№ п/п Бренд	Бренд	Фирма	Объем, млн. руб.	Дата появления в аптеке
1	ВИКС	PROCTER & GAMBLE	189,5	Май 2012
2	АНВИМАКС	АНВИЛАБ	67,2	Октябрь 2012
3	ХОНДРОГАРД	СОТЕКС ФАРМФИРМА	58,9	Февраль 2012
4	АЛЕРАНА	ВЕРТЕКС	56,5	Март 2012
5	ОРТАНОЛ	LEK D.D.	45,0	Июнь 2012
6	НАЗИВИН СЕНСИТИВ	NYCOMED	42,3	Апрель 2012
7	ОРСОТЕН СЛИМ	KRKA	39,9	Январь 2012
8	НЕКСТ	ФАРМСТАНДАРТ	31,6	Апрель 2012
9	РОЗУКАРД	ЗЕНТИВА	15,6	Август 2012
10	РОКСЕРА	KRKA	13,4	Май 2012
11	АНТИСТЕН МВ	ОЗОН	13,2	Март 2012
12	ЛИЗИНОПРИЛ-ТЕВА	TEVA PHARMACEUTICAL	12,0	Апрель 2012
13	ЭФФЕЗЕЛ	GALDERMA	10,7	Май 2012
14	СУМАТРОЛИД СОЛЮТАБ	ОЗОН	7,9	Июль 2012
15	ДИАФЛЕКС РОМФАРМ	S.C.ROMPHARM COMPANY	7,5	Июнь 2012
16	БРИЛИНТА	ASTRAZENECA	7,5	Май 2012
17	НОВАЛГИН	КОНЦЕРН СТИРОЛ	6,8	Июнь 2012
18	РОЗУЛИП	EGIS	6,2	Июнь 2012
19	ОНБРЕЗ БРИЗХАЛЕР	NOVARTIS	5,6	Март 2012
20	ТУТАБИН	LABORATORY TUTEUR	5,0	Апрель 2012

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

2011 годом этот показатель увеличился почти в 1,8 раза (в 2011 в аптеках появилось более 340 брендов).

Общий объем продаж новых препаратов в 2012 г. превысил 862 млн. руб. и порядка 4,6 млн. упаковок, что составило 0,21% стоимостного и 0,10% натурального объема аптечных продаж всех лекарственных средств розничного коммерческого рынка. Средневзвешенная цена одной условной упаковки нового препарата составила около 187 руб.

Большинство новых лекарственных препаратов произведено зарубежными производителями, российские компании в 2012 году вывели на рынок 228 брендов.

Лидером продаж среди новых препаратов, вышедших на рынок в 2012 г. стал бренд ВИКС. Данный бренд включает в себя целую линейку различных лекарственных средств, БАД и парафармацевтики. В последние годы под брендом ВИКС были зарегистрированы лекарственные препараты под такими торговыми наименованиями, как ВИКС АКТИВ СИМПТОМАКС, ВИКС АКТИВ БАЛЬЗАМ С МЕНТОЛОМ И ЭВКАЛИПТОМ, ВИКС АКТИВ СИНЕКС и ВИКС АКТИВ ЭКСПЕКТОМЕД. Все эти препараты появились в продаже в середине 2012 г. и представляют собой противопростудные средства для снятия различных симптомов заболевания. Суммарный объем продаж лекарственных средств, выпускаемых под брендом ВИКС, составил по итогам 2012 г. почти 190 млн. рублей.

На второй строчке рейтинга – также линейка противопростудных средств, выпускаемых под брендом АНВИМАКС (ООО АНВИЛАБ). Несмотря на то, что на рынок данный лекарственный препарат вышел в октябре 2012 г, объем продаж его достаточно высок и составил порядка 67 млн. рублей в ценах закупки аптек. Это объясняется тем, что данное лекарственное средство представляет собой не новый продукт, а новый бренд, появившийся в результате переименования препарата АНТИГРИППИН-МАКСИМУМ. При этом состав, форма выпуска и дизайн упаковки для данного продукта остались прежними, что и способствовало его успешному продвижению на рынок под новым именем.

Препарат ХОНДРОГАРД на основе хондроитина сульфата от компании ЗАО ФАРМФИРМА СОТЕКС занял третью строчку рейтинга продаж новых препаратов (59 млн. рублей). Препарат выпускается в виде раствора для внутримышечного введения и предназначен для лечения дегенеративно-дистрофических заболеваний суставов и позвоночника.

В рейтинге новых лекарств в 2012 году оказался спрей АЛЕРАНА (ЗАО ВЕРТЕКС). Под брендом АЛЕРАНА в настоящее время выпускается ряд средств против выпадения волос: шампуни, БАДы, различные наборы средств. В 2011 г. производитель создал новое средство для борьбы с алопецией – спрей АЛЕРАНА на основе миноксидила и зарегистрировал его как лекарство, объем продаж которого составил за 2012 г. порядка 57 млн. рублей.

Анализ продаж новых препаратов по итогам 2012 г. с учетом фармакологических групп позволил выявить, что самой емкой в денежном выражении оказалась фармгруппа «ОРЗ И “ПРОСТУДЫ” СИМПТОМОВ СРЕДСТВО УСТРАНЕНИЯ», что объясняется выводом на рынок брендов ВИКС и АНВИМАКС.

На втором месте – фармгруппа «РЕПАРАЦИИ ТКАНЕЙ СТИМУЛЯТОР», что связано с выводом на рынок в 2012 г. препарата ХОНДРОГАРД, а также ещё пяти новинок (АДГЕЛОН, АРТРАДОЛ и др.).

Фармгруппа АЛОПЕЦИИ СРЕДСТВО ЛЕЧЕНИЯ оказалась на третьем месте в связи с появлением на рынке бренда АЛЕРАНА.

Необходимо подчеркнуть, что по итогам 2012 г. в рейтинге ТОП-20 новых брендов оказалось достаточно много новых брендов отечественных производителей – семь позиций. При этом три из них (АНВИМАКС, ХОНДРОГАРД И АЛЕРАНА) входят в ТОП-5 по объему реализации новой продукции.

Таким образом, рынок лекарственных препаратов с каждым годом все более активно развивается. В последнее время наметилась отчетливая тенденция роста числа новых наименований. Важным показателем является увеличение доли новинок отечественного производства.

### 3. Дополнительное лекарственное обеспечение

Дополнительное лекарственное обеспечение (ДЛО) отдельных категорий граждан - одна из мер социальной поддержки граждан, имеющих право на получение государственной помощи.

ДЛО была создана в рамках реформы здравоохранения и изменила подход к обеспечению населения лекарствами. Раньше государство обеспечивало бесплатными лекарствами больных определенными болезнями, а с 2005 года ДЛО получают все представители льготных категорий граждан.

В 2007-2008 гг. возникла необходимость пересмотра существующей системы обеспечения лекарственными препаратами льготных категорий граждан, и в программе лекарственного обеспечения было выделено две части:

1. Централизованно закупаемые за счёт средств федерального бюджета лекарственные средства, предназначенные для лечения больных злокачественными новообразованиями лимфоидной, кроветворной и родственной им тканей, гемофилией, муковисцидозом, гипофизарным нанизмом, болезнью Гоше, рассеянным склерозом, а также после трансплантации органов и (или) тканей (Постановление Правительства РФ от 14 февраля 2009 г. №115 г. Москвы). Данная программа получила название «7 высокочатратных нозологий» («7 нозологий», «высокочатратные нозологии (ВЗН)»).

2. Препараты программы ОНЛС (обеспечение необходимыми лекарственными средствами), закупаемые на региональном уровне.

Сегодня льготное лекарственное обеспечение, финансируемое государством, стало уже сложившимся сегментом на фармацевтическом рынке.

С 2007 года льготник вправе выбирать способ получения льготы: денежное возмещение или лекарства по рецептам. Количество людей, на которых могут распространяться льготы, сегодня составляет порядка 12 млн. человек.

В 2012 году численность льготников, выбравших лекарственное обеспечение, составила 3,7 млн. чел. (рис. 15). Норматив финансовых затрат в месяц на одного гражданина, получающего государственную социальную помощь в виде социальной услуги по обеспечению лекарственными препаратами, изделиями медицинского назначения, а также специализированными продуктами лечебного питания для детей-инвалидов, в 2013 г. будет составлять, как и в 2012 г, 604 руб. Норматив – это основа для расчета субвенции, которая перечисляется в регионы для финансирования лекарственного обеспечения. Для конкретного гражданина, имеющего право на льготные лекарства, этот норматив не может ограничивать стоимость рецепта.

Российские власти выделили почти 27 миллиардов рублей на лекарства для льготных категорий граждан в 2012 году. Несмотря на снижающийся тренд по показателю численности федеральных льготников, объем финансирования программы год от года растёт. В 2013 году тенденция роста объема выделяемых средств сохранится на уровне 2012 года и составит порядка 28 млрд. рублей. Кроме этого будут выделяться межбюджетные трансферты, объем которых составит 14 млрд. руб. Наиболее крупные суммы из бюджета получают Москва (более 4,5 миллиарда рублей), Санкт-Петербург (почти 1,3 миллиарда) и Московская область (1,23 миллиарда).

Как видно из рис. 15, по итогам 2012 года на закупку лекарств для льготных категорий граждан было потрачено 78,4 млрд. руб. Прирост по отношению к 2011 году составил -7,4%. В натуральном выражении по данной программе было реализовано порядка 83,9 млн. упаковок лекарств. Это на 13,6% ниже, чем в 2011 году. Так, если в 2011 году наметилась положительная динамика по этому показателю, а до этого количество реализуемых упаковок только падало, то с 2012 г. ситуация вернулась к исходному состоянию.

### Динамика численности федеральных льготников (млн. чел.) и объема потраченных денежных средств по программе ДЛО



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Необходимо отметить, что за период действия программы ДЛО значительно повысился уровень доступности для льготников качественного лекарственного обеспечения. Это выражается в росте средней стоимости реализованной упаковки. В 2012 году средняя стоимость рецептов на льготные лекарства увеличилась на 7,1% и составила 935 рублей.

Если говорить отдельно о двух частях программы, то доля подпрограммы закупки дорогостоящих препаратов растет. При этом финансирование снижается: в 2012 г. находилось на уровне 37,8 млрд. руб., что на 1,5% меньше, чем в 2011 году (рис. 16). Особенностью программы «7 нозологий» (высокозатратные нозологии) является низкое количество льготников: так по разным данным в последние годы их число составляет порядка 100 тысяч человек. Таким образом, на одного льготника по программе ВЗН приходится около 378 тыс. рублей. В натуральном выражении объем потребления по программе ВЗН составил порядка 2,8 млн. упаковок, что на 1,6% меньше, чем в 2011 году. Таким образом, по итогам 2012 г. отмечена тенденция к снижению количества реализуемых упаковок (в последние 2 года наблюдался рост по этому показателю).

Рисунок 16

### Соотношение затрат по программам «7 нозологий» и ОНЛС в общем объеме потраченных средств по программе ДЛО, в рублях



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

В настоящий момент широко обсуждается возможность расширения программы «7 нозологий»: с 2014 года в неё могут быть включены ещё 27 редких заболеваний, которыми в настоящее время страдают в России около 13 тыс. человек. По предварительным оценкам Минздравсоцразвития, на лечение этих болезней из бюджета страны необходимо дополнительно выделить приблизительно 4,5 млрд рублей.

Еще одним кардинальным изменением, которое может коснуться программы «7 нозологий», является законопроект, согласно которому с 2014 г. власти регионов будут сами закупать лекарства для людей с редкими заболеваниями на средства, выделенные из федерального бюджета (аналогично программе ОНЛС). Данные меры позволят оперативно предоставлять гражданам необходимые медикаменты. Сейчас Министерство закупает лекарства один раз в год.

На программу ОНЛС в 2012 году было потрачено 40,6 млрд. руб., что на 12,5% меньше, чем в 2011 году. При этом доля подпрограммы ОНЛС в общем объеме льготного лекарственного обеспечения снизилась с 55% до 52% (рис. 16). В натуральном выражении было закуплено около 81,1 млн. упаковок, что на 14% ниже, чем в 2011 году. Таким образом, средневзвешенная стоимость одного рецепта составила 500 руб., что выше показателя 2011 года (492 руб.).

### 1. Соотношение импортных и отечественных ЛС в ДЛО

Программа ДЛО в большей мере «импортная» - отечественная продукция занимает небольшое место в объеме льготных лекарств. Основная задача правительства согласно программе ФАРМА-2020 состоит в том, чтобы кардинальным образом переломить эту ситуацию: по итогам работы в данном направлении доля отечественных препаратов должна составить порядка 50%.

Поэтому не случайно на рынке, и в частности, в программе льготного обеспечения лекарствами, наметилась тенденция к появлению всё большего числа отечественных препаратов, которые способны заменить импортные аналоги.

По итогам 2012 года доля отечественных препаратов в стоимостном выражении выросла на 2% (рис. 17). Прирост затрат в деньгах на закупку отечественных лекарств составил 12%, тогда как объем потребления импортных препаратов уменьшился на 10%.

Примером «победы» отечественных препаратов может служить МНН ЗОЛЕДРОНОВАЯ КИСЛОТА: если в 2010 году по данному МНН доля импортных препаратов составляла 73%, в 2011 году – уже 28%, то в 2012 году она сократилась до 14%. Импортные препараты были вытеснены отечественными аналогами: РЕЗОРБА (ЗАО ФАРМ-СИНТЕЗ), ЗОЛЕРИКС (БИОКАД), РЕЗОКЛАСТИН ФС (СИНТЕЗ АКО) и ВЕРОКЛАСТ (ООО ЛЭНС-ФАРМ).

Если говорить о программе ВЗН, то здесь можно привести пример замены в списке льготных препаратов бренда НОВОСЭВЕН (NOVO NORDISK) на отечественный препарат КОАГИЛ (ЛЕККО), имеющий тот же МНН ЭПТАКОГ АЛЬФА [АКТИВИРОВАННЫЙ].

Среди МНН ИМАТИНИБ в настоящее время наибольшая доля приходится на импортные препараты ГЛИВЕК (NOVARTIS) и ГЕНФАТИНИБ (LABORATORY TUTEUR S.A.C.I.F.I.A.), но в этом году с выводом на рынок нового препарата ФИЛАХРОМИН ФС (ЗАО Ф-СИНТЕЗ) ситуация в ближайшие годы может измениться в сторону перехода на отечественный продукт.

Происходит все более заметный переход в МНН ИНТЕРФЕРОН БЕТА-1В с импортных средств БЕТАФЕРОН (BAYER AG) и ЭКСТАВИА (NOVARTIS) на отечественные препараты РОНБЕТАЛ (ЗАО БИОКАД) и ИНФИБЕТА (ЗАО ГЕНЕРИУМ).

Таким образом, несмотря на положительные тенденции, соотношение сохранилось в пользу импортных препаратов: 87% стоимостного объема приходится на препараты импортного происхождения, 13% - на отечественные лекарственные средства.

В натуральном выражении доля отечественных препаратов сократилась на 1% (прирост составил -15%). Если в 2011 году она составляла 46%, то в 2012 году – 45%. Доля в упаковках для импортных препаратов выросла на 1%.

Соотношение продаж импортных и отечественных ЛС по программе «7 нозологий» и ОНЛС представлено на рисунке 18. В части ДЛО, соответствующей 7 высокозатратным нозологиям, в 2012 году около 9% стоимостного объема приходилось на отечественные препараты. В натуральном выражении их доля составила порядка 10%. При этом доля

отечественных препаратов выросла по сравнению с 2011 г. на 2,5%. Вывод на рынок новых препаратов не быстрый процесс, поэтому увеличение доли российских производителей в льготных программах будет происходить «скачкообразно».

Рисунок 17

### Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Рисунок 18

### Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС по программам «7 нозологий» и ОНЛС



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

По программе ОНЛС доля российских препаратов составляет порядка 17% в деньгах (+3,7% к 2011 году) и около 47% в упаковках (-15% к 2011 году).

## 2. Соотношение ЛС рецептурного и безрецептурного отпуска в ДЛО

Неудивительно, что по программе ДЛО значительный перевес как по стоимостному, так и по натуральному объему приходится в пользу препаратов рецептурного отпуска – ведь все эти препараты выписываются врачом строго в соответствии с показаниями к применению.

В России в 2012 г. доля препаратов рецептурного отпуска по программе ДЛО в стоимостном объеме составила 98%, как и в прошлом году. По натуральному показателю доля рецептурных препаратов по сравнению с 2011 годом также не изменилась и составила 88%.

### 3. Структура продаж ЛС по АТС-группам в ДЛО

Соотношение аптечных продаж ГЛС по программе ДЛО по АТС-группам I-уровня в России в 2012 году представлено в таблице 6.

Таблица 6

Структура продаж ГЛС по АТС-группам на рынке ДЛО				
АТС-группы I-го уровня	Стоимостной объем, млн. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	37 837,1	48,3%	3,2	3,9%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	11 661,0	14,9%	18,3	21,9%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	10 766,3	13,7%	5,2	6,2%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	4 478,8	5,7%	5,4	6,4%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	3 504,4	4,5%	29,6	35,2%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	3 476,5	4,4%	12,8	15,3%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	1 740,3	2,2%	1,2	1,4%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	1 368,2	1,7%	3,6	4,3%
J: Противомикробные препараты для системного использования	1 288,3	1,6%	0,9	1,1%
V: Прочие препараты	873,2	1,1%	0,3	0,4%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	623,0	0,8%	0,2	0,2%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	451,7	0,6%	0,9	0,2%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	283,0	0,4%	2,0	2,4%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	31,4	0,04%	0,3	0,3%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	3,7	0,005%	0,01	0,01%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Рейтинг АТС по объемам реализации в соответствии с программой ДЛО довольно стабилен.

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются самой расходной статьей программы ДЛО – в 2012 году на их закупку было потрачено около 48% всех выделенных государством денежных средств. Однако затраты на их закупку существенно не изменились по сравнению с прошлым годом в рублях (-0,4%), но выросли в упаковках (+5,7%). Противоопухолевые препараты ([L01] и [L02]) последних поколений обладают доказанной эффективностью в лечении больных онкозаболеваниями, повышают качество и продолжительность жизни. Лидерами в данной АТС-группе являются препараты ГЛИВЕК, МАБТЕРА, ВЕЛКЕЙД, средняя стоимость упаковки которых превышает 50 тыс. рублей. По итогам 2012 г. выросла реализация только препарата ГЛИВЕК (+51%), а брендов МАБТЕРА и ВЕЛКЕЙД упала.

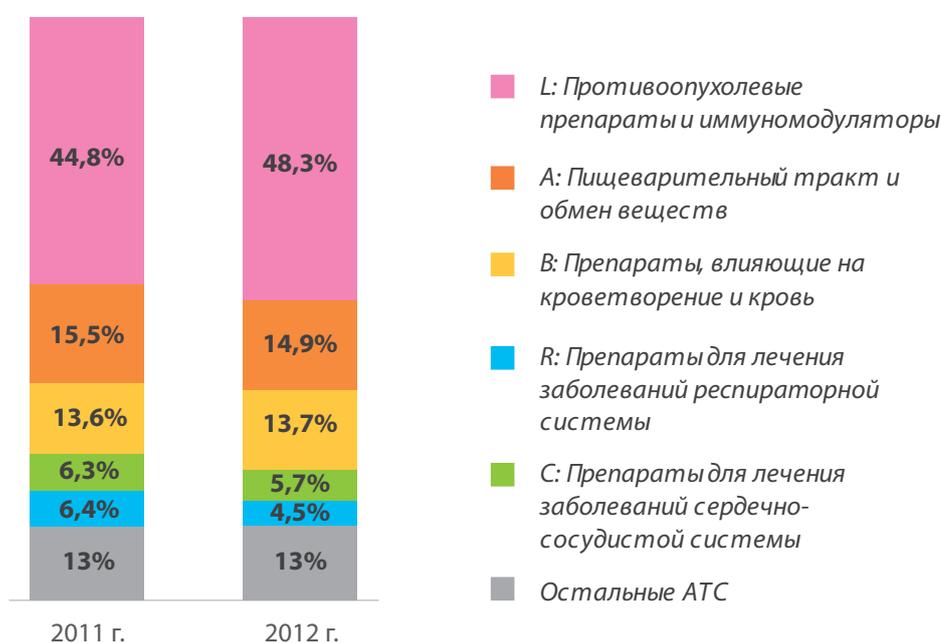
На втором месте в рейтинге находятся препараты АТС-группы [А] «Пищеварительный тракт и обмен веществ». В 2012 году отмечено падение объемов продаж по данной группе на 11,4% в деньгах и на 6,4% в упаковках. Порядка 72% всех продаж этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета ([А10]). Лидерами данной группы являются препараты ЛАНТУС и ЦЕРЕЗИМ импортного производства. Средняя стоимость одной упаковки составляет для ЛАНТУСА порядка 3 300 рублей, для ЦЕРЕЗИМА – около 70 000 рублей.

Замыкает рейтинг группа [В] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (13,7%). Для данной группы сложилась тенденция: в стоимостном выражении объем продаж падает, в натуральном выражении растет – 2012 год не стал исключением (-6,3% в рублях, +2,4% в упаковках). Наиболее емкая в данной АТС подгруппа [В02] «ГЕМОСТАТИКИ» составляет 74% оборота. Удешевление произошло благодаря переходу на российские препараты вместо импортных аналогов – датский гемостатик НОВОСЭВЕН был заменен на КОАГИЛ-VII.

Структура ДЛО по АТС-группам в 2012 году несколько изменилась по сравнению с предыдущим годом: поменялись местами в рейтинге группы [С] и [R], но в целом пятерка лидеров по АТС осталась той же и на её долю по итогам 2012 г. пришлось 87% в рублях (рис. 19).

Рисунок 19

### Соотношение продаж АТС-групп в программе ДЛО



Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему занимает 2/5 от объема продаж ДЛО, наблюдается значительное увеличение ее доли в стоимостном объеме (на 3,5%). Это самая дорогостоящая группа препаратов в ДЛО – средневзвешенная цена за упаковку около 12 500 руб. По итогам 2012 г. во всех 5 лидирующих АТС-группах отмечается снижение объема продаж в рублях. В меньшей степени это коснулось групп [L] (-0,4%) и [B] (-6,3%). Наибольшее снижение объема продаж отмечено для группы [C] (-35,7%). В упаковках положительный прирост среди этих ТОП-5 АТС отмечен только для групп [L] и [B].

Интересно посмотреть, сколько тратится по программе ДЛО на лечение основных групп заболеваний. С этой целью мы соотнесли препараты с соответствующими показаниями к назначению. В результате получился следующий рейтинг затрат в ДЛО по заболеваниям (табл. 7).

Таблица 7

### Рейтинг затрат в ДЛО по заболеваниям, 2012 год

Заболевания	Объем, млн. руб	Доля
ОНКОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ	28 160,9	35,9%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КРОВИ И ОРГАНОВ КРОВЕТВОРЕНИЯ	10 771,9	13,7%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ	10 270,5	13,1%
САХАРНЫЙ ДИАБЕТ	8 491,0	10,8%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ОРГАНОВ ДЫХАНИЯ	4 489,9	5,7%
ЗАБОЛЕВАНИЯ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ	3 504,5	4,5%
ЗАБОЛЕВАНИЯ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ	3 246,6	4,1%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ПИЩЕВАРИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ	3 002,2	3,8%
ЗАБОЛЕВАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ С ГОРМОНАЛЬНЫМИ НАРУШЕНИЯМИ	1 742,6	2,2%
ПРОЧЕЕ	1 549,3	2,0%
ЗАБОЛЕВАНИЯ, ВЫЗВАННЫЕ РАЗЛИЧНЫМИ ИНФЕКЦИОННЫМИ АГЕНТАМИ	1 159,3	1,5%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КОСТНО-МЫШЕЧНОЙ СИСТЕМЫ	1 085,6	1,4%
ЗАБОЛЕВАНИЯ РЕПРОДУКТИВНОЙ СИСТЕМЫ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН	451,7	0,6%
ЗАБОЛЕВАНИЯ ОРГАНОВ ЗРЕНИЯ	282,8	0,4%
СПИД/ВИЧ	142,0	0,2%
ЗАБОЛЕВАНИЯ КОЖИ	36,0	0,05%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Первую строчку рейтинга занимают препараты для лечения онкологических заболеваний, на долю которых приходится 36% от стоимостного объема всего сегмента ДЛО (около 28 млрд руб). Наибольший объем закупок приходится на препараты МНН Иматиниб (ГЛИВЕК), МНН Ритуксимаб (МАБТЕРА) и МНН Бортезомиб (ВЕЛКЕЙД), включенных в программу «7 высокочрезвычайных нозологий» как средств для лечения больных злокачественными новообразованиями лимфоидной, кроветворной и родственных им тканей. Согласно данным Минздравсоцразвития России, онкология является второй причиной смертности в России после сердечно-сосудистых заболеваний. В 2009 г стартовала Национальная онкологическая программа, в результате работы которой увеличилось число больных с раннедиагностированными опухолевыми заболеваниями и впервые за несколько десятилетий в России стала снижаться смертность от данной патологии. Так, в 2010 г по сравнению с 2009 г смертность снизилась на 0,9%, а в 2011 г по сравнению с 2010 г – ещё на 1,1%, что является лучшим показателем за последние 15 лет. По словам министра здравоохранения В. Скворцовой в 2012 г. в России отмечалось снижение смертности от всех наиболее значимых заболеваний, при этом сохранилась устойчивая тенденция снижения смертности от онкологических заболеваний.

По итогам 2012 г. препараты для лечения заболеваний крови обогнали в рейтинге продаж препараты для лечения заболеваний иммунной системы.

Среди средств для лечения заболеваний крови и органов кроветворения наибольший объем продаж приходится на МНН ФАКТОР СВЕРТЫВАНИЯ КРОВИ VIII (41,5%), МНН ЭПТАКОГ АЛЬФА [АКТИВИРОВАННЫЙ] (13,3%) и МНН ЭПОЭТИН АЛЬФА (10,3%). Однако по сравнению с 2011 г. их продажи существенно упали. Среди лидеров по МНН положительный прирост сохраняется только для МНН ФАКТОР СВЕРТЫВАНИЯ КРОВИ IX (+99,4%) – за счет увеличения продаж препаратов ИММУНИН и ОКТАНАЙН, включенных в программу «7 нозологий».

На третьем месте в рейтинге находятся препараты для лечения заболеваний иммунной системы, что составляет 13,1% от объема закупки по программе ДЛО (около 10,3 млрд руб). Наибольший прирост затрат в данной группе отмечается для препаратов, оказывающих иммуномодулирующее и иммунодепрессивное действия.

Как и в прошлом году наибольший объем потраченных денежных средств среди иммуномодулирующих средств приходится на препарат КОПАКСОН-ТЕВА (МНН ГЛАТИРАМЕРА АЦЕТАТ), также по итогам 2012 г. лидирующие позиции занимают бренды ГЕНФАКСОН и РОНБЕТАЛ. Напомним, что КОПАКСОН-ТЕВА (МНН ГЛАТИРАМЕРА АЦЕТАТ) входит в список средств, применяемых для лечения рассеянного склероза по программе «7 нозологий». При этом МНН ГЛАТИРАМЕРА АЦЕТАТ входит в список стратегических препаратов, производство которых должно быть налажено на территории нашей страны в ближайшее время. В 2012 г КОПАКСОН-ТЕВА потерял в доле по сравнению с 2011 г (-25% в рублях), но при этом выросли продажи другого препарата для лечения рассеянного склероза – ГЕНФАКСОН (+77%).

Ряд препаратов-иммунодепрессантов применяется также для лечения таких аутоиммунных заболеваний, как ревматоидный артрит, болезнь Крона и проч. Затраты на их приобретение также возросли. Так, занимающий одну из лидирующих позиций по группе, селективный иммунодепрессант РЕМИКЕЙД, о котором уже было сказано выше, предназначен для лечения данных патологий.

Таким образом, лидирующие позиции в рейтинге по ДЛО занимают заболевания, которые можно отнести преимущественно к высокочрезвычайным нозологиям. Суммарная доля расходов на закупку препаратов для этих трех групп заболеваний по итогам 2012 г. составила более 60% от всего сегмента ДЛО или порядка 50 млрд. руб.

#### 4. Производители в сегменте ДЛО

В таблице 8 приведены ТОП-20 фирм-производителей, лидирующих по объему потребления в программе ДЛО в 2012 году.

В 2012 году в программе ДЛО принимало участие около 421 производителя, что больше, чем в 2011 году. Среди производителей, впервые принявших участие в программе ДЛО, по стоимостному объему лидирует компания СИННАГЕН КО. (205 млн. руб.), которая поставляет по программе ДЛО препарат для лечения рассеянного склероза СИННОВЕКС, принадлежащий к АТС [L]. На 2 месте из «новичков» по объему продаж (128 млн. руб.) компания ТЕХНОЛОГИЯ ЛЕКАРСТВ ООО, производящая противоопухолевые (БИКАЛУТАМИД, АНАСТРОЗОЛ-ТЛ и ЛЕТРОЗОЛ), противомикробные (ВАЛАЦИКЛОВИР в таблетках) средства и препарат для лечения заболеваний нервной системы (КВЕТИАПИН).

Таблица 8

#### ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по потреблению ДЛО в 2012 году

Рейтинг 2012 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	F.HOFFMANN-LA ROCHE	14 850,3	25,1%	18,9%
2	+1	JANSSEN PHARMACEUTICA	6 236,0	-11,4%	8,0%
3	-1	NOVARTIS	5 419,4	-42,4%	6,9%
4	0	TEVA PHARMACEUTICAL	3 901,8	-25,0%	5,0%
5	0	SANOFI	3 628,2	-8,3%	4,6%
6	+9	LABORATORY TUTEUR	3 563,0	154,9%	4,5%
7	0	BAXTER HEALTHCARE	2 905,2	-8,2%	3,7%
8	0	NOVO NORDISK	2 837,0	-8,6%	3,6%
9	0	MERCK	2 581,0	-11,2%	3,3%
10	-4	ASTRAZENECA	2 511,7	-24,0%	3,2%
11	-1	ФАРМСТАНДАРТ	2 418,9	-6,0%	3,1%
12	+33	Ф-СИНТЕЗ	1 762,1	604,8%	2,2%
13	-1	ELI LILLY	1 419,3	-16,2%	1,8%
14	+3	BOEHRINGER INGELHEIM	1 333,6	1,3%	1,7%
15	-1	GENZYME CORPORATION	1 217,7	-15,3%	1,6%
16	+43	TALECRIS BIOTHERAPEUTICS	1 150,9	1 006,9%	1,5%
17	+1	ОСТАРМА АГ	1 138,8	-1,2%	1,5%
18	-7	BAYER	1 061,0	-46,1%	1,4%
19	+1	ASTELLAS PHARMA INC	949,7	-0,3%	1,2%
20	-4	SERVIER	924,0	-30,0%	1,2%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

F.HOFFMANN-LA ROCHE, как и в прошлом году, заняла лидирующее место в рейтинге производителей. В 2012 году общий объем государственных денежных средств, потраченных на покупку препаратов этой компании, составил почти 15 млрд. руб., что больше чем в 2011 году на 25,1%. Самым затратным, как и в прошлом году, стал препарат на основе моноклональных антител МАБТЕРА (около 58% всех препаратов компании в стоимостном выражении), закупки которого возросли на 51,4%.

В 2012 г. компания JANSSEN PHARMACEUTICA, несмотря на отрицательный прирост продаж, обогнала по доле корпорацию NOVARTIS и заняла второе место, сместив NOVARTIS на третье место. Это оказалось возможным благодаря существенному падению объема продаж компании NOVARTIS (-42,4% к 2011 г.), что во многом объясняется уменьшением реализации противоопухолевого препарата ГЛИВЕК (-47% к 2011 г.). Кроме того, ассортимент средств, вошедших в программу ДЛО, для компании JANSSEN PHARMACEUTICA расширился и включил в себя такие препараты, как трансдермальная терапевтическая система для лечения болевого синдрома ДЮРОГЕЗИК МАТРИКС, нейролептик КСЕПЛИОН, средство лечения псориаза СТЕЛАРА и др.

В таблице 9 приведен рейтинг производителей, участвующих в программе «7 нозологий» и ОНЛС.

Таблица 9

<b>ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объемам продаж в сегменте ДЛО в соответствии с программами «7 нозологий» и ОНЛС</b>					
<b>7 нозологий</b>			<b>ОНЛС</b>		
<b>Рейтинг 2012 г.</b>	<b>Фирма-производитель</b>	<b>Стоимостной объем, млн. руб.</b>	<b>Рейтинг 2012 г.</b>	<b>Фирма-производитель</b>	<b>Стоимостной объем, млн. руб.</b>
1	F.HOFFMANN-LA ROCHE	9 895,3	1	F.HOFFMANN-LA ROCHE	4 954,9
2	JANSSEN PHARMACEUTICA	5 110,0	2	SANOFI	3 628,2
3	NOVARTIS	4 241,6	3	NOVO NORDISK	2 812,3
4	LABORATORY TUTEUR	3 123,7	4	MERCK	2 567,0
5	TEVA PHARMACEUTICAL	3 010,7	5	ASTRAZENECA	2 511,7
6	BAXTER HEALTHCARE	2 873,7	6	ELI LILLY	1 410,9
7	ФАРМСТАНДАРТ	1 731,4	7	BOEHRINGER INGELHEIM	1 333,6
8	Ф-СИНТЕЗ	1 132,7	8	NOVARTIS	1 177,8
9	GENZYME CORPORATION	1 122,4	9	JANSSEN PHARMACEUTICA	1 126,0
10	TALECRIS BIOTHERAPEUTICS	1 101,6	10	SERVIER	924,0
11	ОСТАРМА	925,0	11	TEVA PHARMACEUTICAL	891,1
12	BAYER	808,7	12	FRESENIUS	840,8
13	ASTELLAS PHARMA	614,9	13	KRKA	726,3
14	BIOTEST PHARMA	588,9	14	ФАРМСТАНДАРТ	687,5
15	БИОКАД	529,6	15	GLAXOSMITHKLINE	647,6
16	CSL BEHRING	454,7	16	Ф-СИНТЕЗ	629,4
17	СИННАГЕН	204,9	17	СОТЕКС ФАРМФИРМА	594,3
18	ГЕНЕРИУМ	120,8	18	ABBOTT	537,4
19	PANACEA BIOTEC	78,3	19	ФАРМ-СИНТЕЗ (МОСКВА)	535,9
20	ВЕРОФАРМ	39,6	20	ВЕРОФАРМ	524,6
<b>Итого:</b>		<b>99,8%</b>	<b>Итого:</b>		<b>71,6%</b>

Из ТОП-20 по обычному списку в рейтинг производителей, участвующих в программе «7 нозологий», попало 6 компаний: F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD, JANSSEN PHARMACEUTICA N.V., NOVARTIS, TEVA PHARMACEUTICAL INDUSTRIES LTD, ФАРМСТАНДАРТ ОАО и Ф-СИНТЕЗ ЗАО. Лидером по программе «7 нозологий» стала компания F.HOFFMANN-LA ROCHE LTD, которая в рейтинге ОНЛС заняла также 1-е место. Отметим, что в ТОП-20 фирм в рейтинге ВЗН попало 5 отечественных производителей ФАРМСТАНДАРТ ОАО, Ф-СИНТЕЗ ЗАО, БИОКАД ЗАО, ГЕНЕРИУМ ЗАО и ВЕРОФАРМ ОАО, что выше чем в 2011 году. Это также свидетельствует о тенденции к импортозамещению и увеличению объемов продукции отечественного производства.

## 5. Препараты сегмента ДЛО

В таблице 10 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объему продаж по программе ДЛО в 2012 году.

Таблица 10

ТОП-20 брендов по стоимостному объему продаж в ДЛО в 2012 году						
Рейтинг 2012 г.	Изменение	Бренд	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	+1	МАБТЕРА	F.HOFFMANN-LA ROCHE	8 581,2	51,4%	10,9%
2	+1	ВЕЛКЕЙД	JANSSEN PHARMACEUTICA	5 110,0	-7,7%	6,5%
3	-2	ГЛИВЕК	NOVARTIS	3 315,9	-46,8%	4,2%
4	0	КОПАКСОН-ТЕВА	TEVA PHARMACEUTICAL	2 878,5	-24,6%	3,7%
5	0	ЛАНТУС	SANOFI	2 403,9	1,6%	3,1%
6	+4	ГЕНФАКСОН	LABORATORY TUTEUR.	2 306,7	77,3%	2,9%
7	0	ГЕРЦЕПТИН	F.HOFFMANN-LA ROCHE	1 954,7	16,3%	2,5%
8	+1	РЕМИКЕЙД	CENTOCOR	1 672,4	21,4%	2,1%
9	-1	КОАГИЛ	ЛЕККО ФФ	1 435,6	-13,6%	1,8%
10	+4	ПУЛЬМОЗИМ	F.HOFFMANN-LA ROCHE	1 184,7	8,2%	1,5%
11	new	ФИЛАХРОМИН ФС	Ф-СИНТЕЗ	1 132,7	new	1,4%
12	-1	ЦЕРЕЗИМ	GENZYME CORPORATION	1 122,4	-12,6%	1,4%
13	+126	КОЭЙТ-ДВИ	TALECRIS BIOTHERAPEUTICS	1 101,6	1 242,8%	1,4%
14	+1	АВАСТИН	F.HOFFMANN-LA ROCHE	969,4	6,0%	1,2%
15	-2	ХУМУЛИН	ELI LILLY	966,8	-14,8%	1,2%
16	+53	ИММУНАТ	BAYER	913,7	302,1%	1,2%
17	+2	КЕТОСТЕРИЛ	ЭВАЛАР	838,2	6,6%	1,1%
18	new	ГЕНФАТИНИБ	LABORATORY TUTEUR	806,9	new	1,0%
19	-2	СИМБИКОРТ	ASTRAZENECA UK	774,7	-6,4%	1,0%
20	-4	ОКТАНАТ	OCTAPHARMA	757,4	-9,8%	1,0%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Объем продаж для ТОП-20 брендов в 2012 году составил 51,3% стоимостного объема, что меньше, чем в 2011 году на 3,7%.

В 2012 году сменился лидер по брендам – им стал препарат МАБТЕРА с долей 10,9%. На второе место поднялся препарат ВЕЛКЕЙД с долей 6,5%. А вот лидер прошлого года, препарат ГЛИВЕК, потерял 2 строчки и занял 3 позицию с долей 4,2%.

Отметим появление в рейтинге двух новых игроков – гемостатических средств для лечения гемофилии и др. заболеваний, связанных с нарушением свертываемости крови, - КОЭЙТ-ДВИ (TALECRIS BIOTHERAPEUTICS INC и BAYER AG) и ИММУНАТ (BAXTER HEALTHCARE CORP).

В рейтинг ДЛО попали новые препараты – средства для лечения лейкозов ФИЛАХРОМИН ФС (Ф-СИНТЕЗ ЗАО) и ГЕНФАТИНИБ (LABORATORY TUTEUR S.A.C.I.F.I.A).

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 очень высока – более 8 592 руб. за упаковку. Самый дорогостоящим оказался препарат для лечения такого орфанного заболевания, как болезнь Гоше, ЦЕРЕЗИМ (примерно 72 тысячи руб.), самый «дешевый» - ХУМУЛИН (около 722 руб.), представляющий собой человеческий генно-инженерный инсулин.

Большинство препаратов ТОП-20 и тройка лидеров, в частности, относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (10 брендов). Второе место по этому показателю у АТС «[B] «Заболевания крови и органов кроветворения» - 4 бренда.

Большинство препаратов рейтинга – это лекарства, отпускаемые по программе «7 нозологий». Лидером общего списка льготных лекарственных средств является гипогликемический препарат ЛАНТУС, который находится на 5 строчке рейтинга ТОП-20.

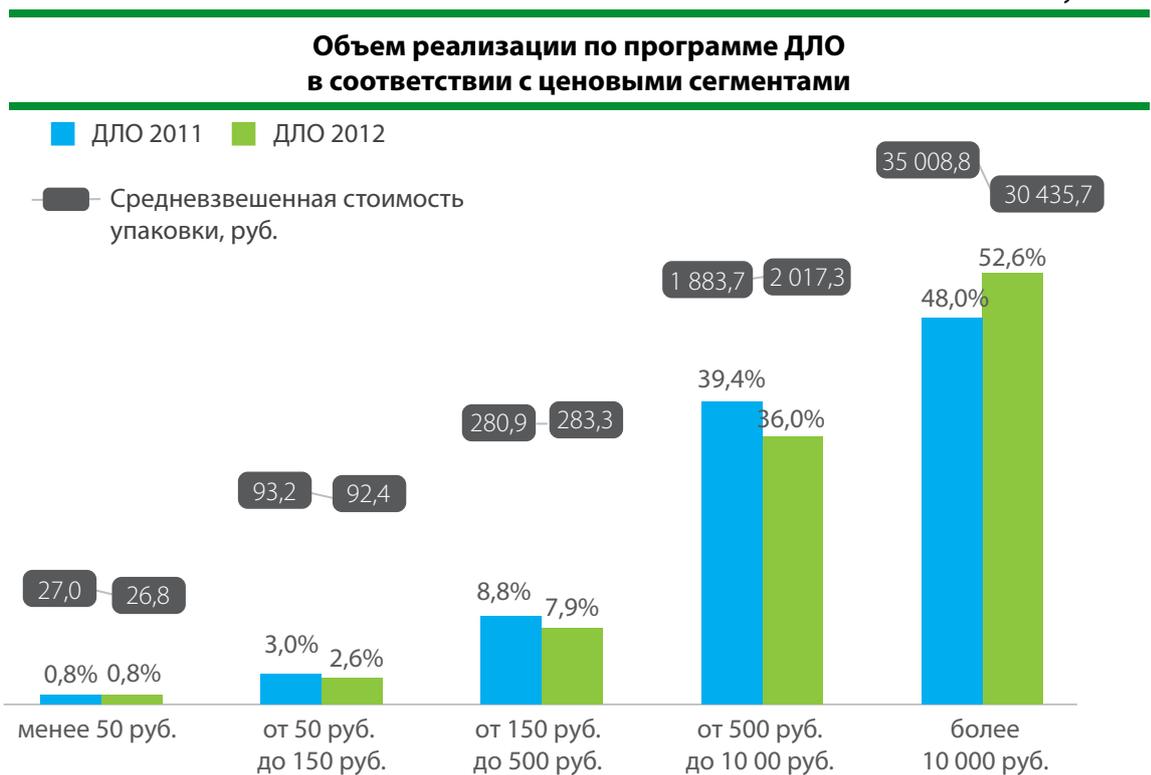
## 6. Ценовая сегментация в ДЛО

Как уже указывалось выше, в 2012 году средняя стоимость упаковки по программе ДЛО продолжала расти и составила около 935 рублей. Заметим, что такого внушительного показателя не наблюдается ни в коммерческом сегменте рынка, ни в госпитальных закупках.

С момента введения программы ДЛО, ценовая структура в данном сегменте рынка постоянно трансформировалась в сторону увеличения доли дорогостоящих препаратов. По итогам 2012 года сегмент дорогих лекарственных средств с ценой от 500 руб. и выше занял 89% стоимостного объема.

Структура потребления лекарственных средств по программе ДЛО представлена на рисунке 20.

Рисунок 20



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Из рисунка видно, что средняя стоимость упаковки в сегментах практически не изменилась, за исключением дорогостоящего сегмента с ценой свыше 10 000 руб., средняя цена в котором снизилась по сравнению с предыдущим годом и составила порядка 30 тыс. руб.

Отметим, что препараты, входящие в ВЗН, представлены в основном в сегментах от 500 руб. за упаковку – на них приходится 99,9% стоимостного объема. Причем 77% приходится на препараты с ценой свыше 10 000 рублей.

Препараты подпрограммы ОНЛС в большей мере сосредоточены в сегменте с ценой от 500 руб. до 10 000 руб. – порядка 48%. На сегмент свыше 10 000 рублей также приходится большой стоимостной объем - 30%. В этом сегменте лидерами по объему продаж являются гипогликемическое средство ЛАНТУС (средневзвешенная стоимость упаковки свыше 3 346 рублей) и противоопухолевый препарат ГЕРЦЕПТИН (средневзвешенная стоимость упаковки порядка 67 тыс. рублей), а также иммунодепрессант РЕМИКЕЙД (39 тыс. руб.).

## 4. Объемы продаж сегмента ЛПУ

С 2011 года в России действует программа модернизации системы здравоохранения. Главная задача программы модернизации – поднять медицину на новый уровень. Сделать ее доступной и качественной, и не только в областной столице, но и в глубинке. При этом – работа врачей должна быть направлена и на лечение, и на профилактику. Заболеваемость должна снизиться, а продолжительность жизни вырасти.

Реализация программы модернизации направлена на решение следующих основных задач:

1. Укрепление материально-технической базы медицинских учреждений.
2. Внедрение современных информационных систем в здравоохранение.
3. Внедрение стандартов оказания медицинской помощи.

На реализацию программы было выделено 460 млрд. руб. За 2011 год субъектами федерации было освоено только около 20% выделенной суммы. Активное освоение денежных средств пришлось на вторую половину 2012 года. Но все равно программа реализована не полностью. На конец года было освоено 70% запланированных денег. В 8% учреждениях здравоохранения не закончен капитальный ремонт. Только в 12,7% ЛПУ от плана завершена полная поставка медицинского оборудования. Осталось всего 3 субъекта РФ, не подключенных к Единой Системе Записи на прием к врачу.

Планируется продлить программу модернизации системы здравоохранения на 2013 год.

В рамках программы и в связи с ее реализацией мы наблюдаем стабильный рост сегмента ЛПУ на протяжении последних лет, а также качественное изменение в структуре покупаемых лекарств. По итогам 2012 года объем рынка данного сегмента вырос на 11,7% в рублях (по сравнению с 2011 г.) и составил 157 млрд. руб. В натуральном выражении объем закупленных лекарств составил в 2012 г. около 1,1 млрд. упаковок, что также выше на 8,3%, чем в прошлом году.

Рассмотрим основные фармакоэкономические показатели сегмента госпитальных закупок.

Стоимость одной упаковки ГЛС, закупленной ЛПУ, составила в среднем 143 руб. Прирост стоимости упаковки по сегменту ЛПУ по сравнению с 2011 годом оказался равен 3,1%.

Рисунок 21

### Соотношение продаж импортных и отечественных ГЛС



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Как и в предыдущем году, в сегменте ЛПУ в стоимостном объеме наибольшая доля приходится на импортную продукцию, в то время как по объему в упаковках лидируют отечественные препараты. Таким образом, в натуральном выражении отечественных препаратов, как более дешевых, закупается в 2 раза больше, чем импортных. Препараты отечественного производства занимают порядка 30% от объема в деньгах и 67% в натуральном выражении. Тем не менее, по сравнению с 2011 г. их доля в стоимостном и, особенно, в натуральном объеме снизилась (рис. 21), а доля закупок импортных препаратов в 2012 г. возросла.

Объем закупок импортных лекарств в 2012 году вырос в рублях на 15%, отечественных препаратов – на 6%. В натуральном выражении объем закупок импортных препаратов вырос на 58%, а отечественных – сократился на 6%.

Стоимость одной упаковки импортного лекарственного средства почти в 5 раз выше, чем стоимость одной закупленной ЛПУ упаковки отечественных препаратов: в 2012 году одна импортная упаковка ГЛС в среднем обошлась в 299 руб., отечественная – в 64 руб. По сравнению с предыдущим годом, разрыв между стоимостью импортной и отечественной упаковки сократился: в 2011 г. импортные препараты стоили примерно в 7 раз дороже, чем отечественные. По сравнению с 2011 г. стоимость одной закупленной импортной упаковки препарата упала на 27,5%, а одна отечественная упаковка в 2012 г. обошлась больницам на 12,8% дороже. Таким образом, в 2012 г. ЛПУ было закуплено большее количество, но более дешевых (чем, в прошлом году) препаратов импортного производства и меньшее количество (по сравнению с 2011 г.), но более дорогих отечественных лекарств.

Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям представлена на рисунке 22.

Разделение препаратов по ценовым категориям позволило выявить, что в 2012 году во всех сегментах был отмечен рост в стоимостном выражении, за исключением сегмента от 50 руб. до 150 руб., в котором наблюдается падение объема закупок на 4%.

Рисунок 22

### Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям в 2011 и 2012 годах



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

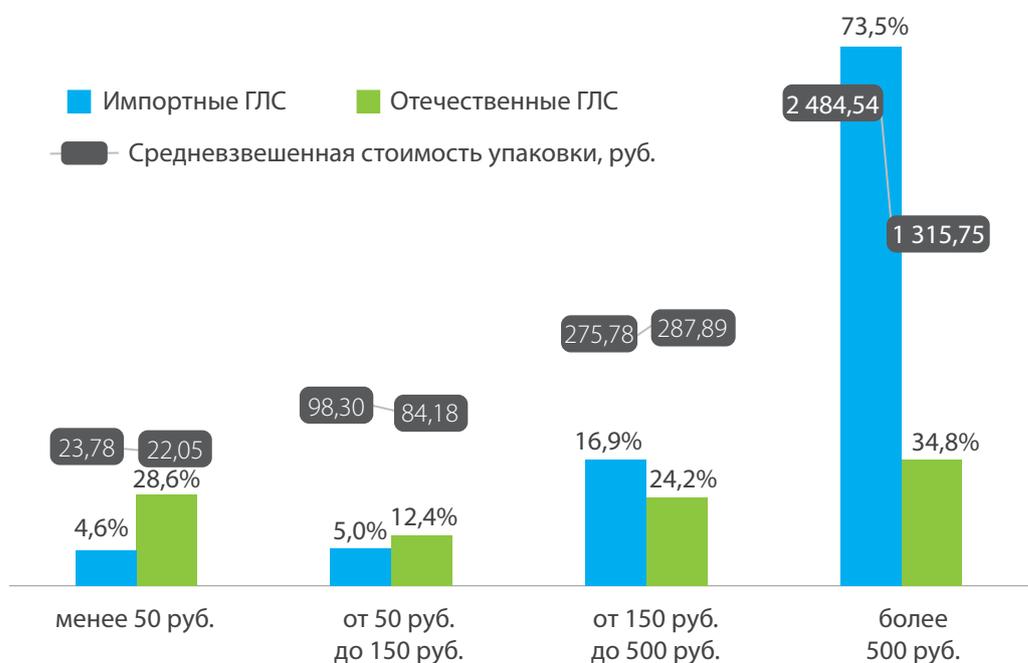
Самым емким остается сегмент препаратов с ценой выше 500 руб., при этом его доля выросла почти на 1% за счет сокращения объемов закупки сегмента «от 50 руб. до 150 руб.». В 2012 году он занял около 61,9% стоимостного объема сектора ЛПУ и всего 4,1% в натуральном выражении. Отметим, что средняя стоимость одной упаковки в сегменте от 500 руб. составляет порядка 2 160 руб., что почти в 15 раз выше, чем средняя цена всех ГЛС в больничных закупках.

В натуральном объеме самым емким является сегмент препаратов с ценой до 50 руб. – его доля составляет около 74,8%. Это объясняется тем, что больницы в больших количествах закупают отечественные растворы НАТРИЯ ХЛОРИДА, ГЛЮКОЗЫ, ЦЕФАЗОЛИНА и т.д. На эти 3 бренда приходится порядка 33% всего объема закупок больниц в натуральном выражении.

Как видно из рисунка 23, среди импортных препаратов наибольшую долю занимает сегмент препаратов с ценовой категорией свыше 500 руб. (73,5%). Отечественные препараты в равной степени сосредоточены в ценовых категориях «менее 50 руб.» (28,6%) и «от 150 до 500 руб.» (24,2%), 12,4% приходится на сегмент «от 50 до 150 руб.», а наибольший объем продаж, составивший 34,8% – на сегмент «более 500 руб.».

Рисунок 23

### Структура сегмента ЛПУ по ценовым категориям для препаратов импортного и отечественного производства в 2012 году



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Если в сегментах со стоимостью упаковки до 500 рублей разница между средневзвешенной ценой у импортных и отечественных препаратов не столь ощутима, то в самом емком сегменте «более 500 рублей» импортные лекарства стоят почти в 2 раза дороже, чем отечественные.

Соотношение больничных закупок ГЛС по АТС-группам I-уровня в России по итогам 2012 года представлено в таблице 11.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. Тройка лидирующих АТС-групп по сравнению с 2011 г. не изменилась. В госпитальных закупках бесспорным лидером остается группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования». Если в 2011 г. для данной группы отмечалось снижение объема продаж по сравнению с предыдущим аналогичным периодом, то по итогам 2012 г. в данной группе отмечен максимальный прирост продаж среди всех АТС I-го уровня как в рублях (+45%), так и в упаковках (+21%).

Рост продаж в группе [J] обусловлено главным образом увеличением госпитальных закупок противовирусных препаратов для системного применения [J05] (+73% в руб.) и противотуберкулезных препаратов [J04] (+77% в руб.). Также положительный прирост отмечен для самого емкого подсегмента группы [J] – [J01] антибактериальные препараты для системного использования (+34%). Суммарная доля в рублях для этих 3 подгрупп составила порядка 83,6%.

Увеличение закупок в подгруппе [J05] коснулось преимущественно препаратов для лечения ВИЧ-инфекции, таких как КАЛЕТРА, ПРЕЗИСТА, РЕАТАЗ, ИСЕНТРЕСС и др.

Таблица 11

### Структура больничных закупок ГЛС по АТС-группам в 2012 году

АТС-группы I-го уровня	Стоимостной объем, млн. руб.	Доля группы в стоимостном объеме, %	Натуральный объем, млн. уп.	Доля группы в натуральном объеме, %
J: Противомикробные препараты для системного использования	58 831,0	37,4%	360,1	32,6%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	30 629,6	19,5%	387,8	35,2%
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	17 965,8	11,4%	11,5	1,0%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	14 889,9	9,5%	101,2	9,2%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	11 379,3	7,2%	77,0	7,0%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	6 457,9	4,1%	52,3	4,7%
V: Прочие препараты	3 836,6	2,4%	9,2	0,8%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	3 683,1	2,3%	21,0	1,9%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	3 406,0	2,2%	29,3	2,7%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	2 208,6	1,4%	14,5	1,3%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	1 710,6	1,1%	3,0	0,3%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	1 006,7	0,6%	29,1	2,6%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	898,9	0,6%	5,6	0,5%
[~] ЛП, не имеющие АТС-группы	327,8	0,2%	1,2	0,1%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	36,5	0,02%	0,3	0,03%

Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В подгруппе [J04] наибольшая доля закупок пришлась на антибактериальные препараты [J04AB] и препараты аминосалициловой кислоты и её производные [J04AA]. На долю этих подгрупп приходится более 80% в рублях и для них же отмечены

максимальные приросты по сравнению с 2011 г.: для [J04AB] +104%, а для [J04AA] +89%. Высокий прирост в подгруппе [J04] обусловлен преимущественно увеличением закупок АМИНОСАЛИЦИЛОВОЙ КИСЛОТЫ, противотуберкулезных средств ТЕРИЗИДОН и КАПРЕОСТАТ и др.

Объем продаж самого емкого подсегмента среди группы [J] – антибактериальных препаратов для системного применения [J01], на долю которого пришлось в 2012 г. 45% стоимостного объема закупок всей подгруппы [J01], по сравнению с 2011 г. укрепил свои позиции и вырос в рублях (+34%) и в упаковках (+14%). Среди лидеров закупок данного подсегмента наибольший прирост продаж выявлен для брендов ЦЕФТРИАБОЛ, АВЕЛОКС, ЛЕВОФЛОКСАЦИН, ЦЕФОГРАМ и др., а самый продаваемый бренд среди [J01] антибиотик-карбапенем МЕРОПЕНЕМ продемонстрировал снижение объема закупок на 31%.

Если в 2011 г. в подсегменте вакцин [J07] отмечалось одно из наиболее существенных падений объема закупок, то в 2012 г. выявлено увеличение объема продаж по сравнению с предыдущим периодом. Так, возросли закупки противомиелитных вакцин, в частности, препарата ПОЛИОРИКС, что и привело к высокому приросту в подсегменте. Помимо противомиелитных вакцин (доля 17,2% в [J07], прирост +211%), в подгруппе лидируют по объему закупок противогепатитные вакцины (доля 18,9% в [J07], прирост +26%) и вакцины против бешенства (доля 12,7% в [J07], прирост +11%)

Второе место в рейтинге АТС-групп в госпитальном сегменте по итогам 2012 г. заняла группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь». В сравнении с 2011 годом количество закупаемых упаковок препаратов этой группы увеличилось на 21%, а расходы ЛПУ на закупку – на 14%. Наибольший объем денежных средств приходится на препараты подгруппы [B05] «Плазмозамещающие и перфузионные растворы» (доля составляет 55% в рублях по группе [B]). Самым «закупаемым» препаратом, как и в 2011 г., остается НАТРИЯ ХЛОРИД, который широко используется в качестве растворителя для многих инъекционно и инфузионно вводимых препаратов.

Группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» занимает третье место в рейтинге. По сравнению с предыдущим годом, закупки препаратов данной группы сократились на 13% в денежном выражении и на 6% в упаковках. Самой емкой подгруппой остается [L01] «Противоопухолевые препараты», на долю которых приходится 70% всех затрат по подгруппе. Если в денежном выражении лидером закупок по МНН в 2012 г. стали препараты на основе МНН Доцетаксел, и ситуация здесь меняется ежегодно, то в натуральном выражении в 2012 г., как и по итогам предыдущих лет, первую строчку по группе [L] занимают противоопухолевые препараты МНН ЦИКЛОФОСФАМИД с долей 23%, которые отличаются низкой ценой (около 48 руб. за упаковку).

В таблице 12 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2012 года.

Таблица 12

**Топ-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2012 года**

Рейтинг 2012 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	+1	GLAXOSMITHKLINE	8 758,5	24,9%	5,7%
2	-1	SANOFI	7 890,0	-2,7%	5,1%
3	+6	ABBOTT	7 036,1	138,7%	4,6%
4	-1	F.HOFFMANN-LA ROCHE	5 314,5	-13,5%	3,4%
5	-1	MERCK	5 242,3	3,8%	3,4%
6	-1	NOVARTIS	4 371,5	-10,8%	2,8%
7	+1	TAKEDA	4 309,5	36,1%	2,8%
8	-2	ASTRAZENECA	3 731,7	-11,7%	2,4%
9	+11	JANSSEN PHARMACEUTICA	3 156,1	70,9%	2,0%
10	+5	АБОЛМЕД	3 069,4	35,0%	2,0%
11	+19	КРАСФАРМА	2 962,1	116,9%	1,9%
12	+7	МИКРОГЕН	2 938,9	47,8%	1,9%
13	-1	PFIZER	2 658,0	-4,2%	1,7%
14	-4	БИОТЭК МФПДК	2 552,8	-11,1%	1,7%
15	-4	TEVA PHARMACEUTICAL	2 486,7	-12,3%	1,6%
16	0	СИНТЕЗ АКО	2 381,3	9,8%	1,5%
17	-10	БЕРОФАРМ	2 327,7	-29,5%	1,5%
18	-5	GEDEON RICHTER	2 311,5	-6,7%	1,5%
19	+2	BAYER	2 207,2	28,0%	1,4%
20	-3	BRISTOL-MYERS SQUIBB	2 169,2	1,5%	1,4%

**Источник:** DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Если на протяжении предыдущих двух лет расстановка позиций в тройке лидеров в рейтинге производителей не менялась, то в 2012 г произошли существенные изменения. Первое место в 2012 г с долей 5,7% заняла компания GLAXOSMITHKLINE, опередив своего ближайшего конкурента по итогам прошлого года – компанию SANOFI-AVENTIS (доля 5,1%). На первое место компания GLAXOSMITHKLINE вышла благодаря существенному увеличению закупок противомиелитной вакцины ПОЛИОРИКС (более, чем в 3000 раз), а также брендов для лечения ВИЧ-инфекции – ЗИАГЕН, ЭПИВИР ТРИТИСИ, ТЕЛЗИР, антикоагулянта ФРАКСИПАРИН и др. брендов.

Третью строчку рейтинга с долей 4,6% захватила, переместившись на 6 строчек вперед и продемонстрировав максимальный прирост продаж среди ТОП-10 (+138,7%), компания АВБОТТ. Прорыв в тройку лидеров объясняется тем, что ещё в 2011 корпорация АВБОТТ приобрела компанию SOLVAY PHARMA. Благодаря слиянию и пересмотру портфелей двух компаний, корпорация АВБОТТ существенно укрепила свои позиции, в том числе и в сегменте госпитальных закупок. Кроме того, существенно выросли продажи ряда препаратов компании. Лидером по госпитальным закупкам является препарат для лечения ВИЧ-инфекции КАЛЕТРА, объем закупок которого по сравнению с предыдущим годом возрос в 8,5 раз. В 20 раз выросли продажи препарата для общей анестезии ПРОПОФОЛ, в 4 раза – противовирусного препарата СИНАГИС.

По сравнению с предыдущим годом в рейтинг ТОП-20 производителей лекарств вошли компании JANSSEN PHARMACEUTICA (+11 позиций и 9 место) и КРАСФАРМА (+19 позиции и 11 место). Эти компании показали наиболее высокий прирост в госпитальных закупках: +70,9% и +116,9% соответственно.

Высокий прирост компании КРАСФАРМА обусловлен увеличением закупок таких препаратов, как ЛЕВОФЛОКСАЦИН (в 23 раза), ВАНКОМИЦИН (в 75 раз) и ЦЕФУРОКСИМ (в 125 раз).

Компания JANSSEN PHARMACEUTICA показала прирост +70,9% в рублях в основном за счет увеличения закупок средств для лечения ВИЧ-инфекции – ПРЕЗИСТА (в 3,8 раза) и ИНТЕЛЕНС (в 3,5 раза).

Максимальное падение объема закупок по сравнению с 2011 г отмечено для компании ВЕРОФАРМ (-29,5%), при этом она «откатилась» в рейтинге с 7 на 17 место. Столь существенное падение связано со снижением закупок больничными учреждениями ряда основных препаратов, производимых компанией, в основном это противоопухолевые препараты ПАКЛИТАКСЕЛ, ТАУТАКС, ДОКСОРУБИЦИН-ЛЭНС, ВЕРО-ВАНКОМИЦИН и др.

Таким образом, по сравнению с 2011 г, изменение расстановки сил между производителями во многом оказалось связано с увеличением закупок препаратов для лечения ВИЧ-инфекции, а также противотуберкулезных средств и снижением закупок противоопухолевых препаратов. При этом, что касается препаратов для лечения ВИЧ, в данном случае приходится говорить не столько о росте объема закупок, сколько о восстановлении необходимого уровня лекарственного обеспечения данными препаратами, который оказался снижен в прошлом году.

В таблице 13 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2012 г.

Таблица 13

**Топ-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2012 года**

Рейтинг 2012 г.	Изменение	Бренд	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	НАТРИЯ ХЛОРИД	7 463,7	45,0%	4,7%
2	+46	КАЛЕТРА	3 860,3	749,8%	2,5%
3	-1	КОМБИВИР	2 100,2	-1,0%	1,3%
4	+1	КЛЕКСАН	1 947,7	21,5%	1,2%
5	+1	ВАКЦИНА	1 852,9	19,4%	1,2%
6	+24	КАПРЕОМИЦИН	1 798,6	214,3%	1,1%
7	+50	ПРЕЗИСТА	1 546,0	284,7%	1,0%
8	+6	АЛЬБУМИН	1 494,7	70,7%	1,0%
9	-2	ГЛЮКОЗА	1 473,6	-2,4%	0,9%
10	-7	ГЕПАРИН	1 353,8	-28,3%	0,9%
11	-1	АКТОВЕГИН	1 304,0	14,9%	0,8%
12	-8	МЕРОНЕМ	1 160,2	-31,4%	0,7%
13	-2	КИВЕКСА	1 154,4	9,3%	0,7%
14	+76	ЦЕФТРИАБОЛ	1 129,3	283,6%	0,7%
15	+29	ИСЕНТРЕСС	1 122,2	138,3%	0,7%
16	-3	ЦЕФТРИАКСОН	1 104,8	23,9%	0,7%
17	-2	ФРАКСИПАРИН	1 019,4	23,1%	0,6%
18	+56	АВЕЛОКС	979,5	194,0%	0,6%
19	-10	ИММУНОГЛОБУЛИН	934,7	-23,3%	0,6%
20	+16	РЕАТАЗ	907,2	71,5%	0,6%

**Источник:** DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Первое место в госпитальном рейтинге брендов, как и в предыдущие периоды, занимает НАТРИЯ ХЛОРИД – растворитель для ряда инъекционных и инфузионных лекарственных форм. Доля этого бренда максимальна в сегменте ЛПУ и составила 4,7%. На втором месте в рейтинге самых покупаемых брендов – КАЛЕТРА с долей 2,5%. Для данного препарата отмечен максимальный прирост закупок. Как уже отмечалось выше, именно во многом благодаря этому бренду компания АББОТТ смогла войти в тройку лидеров госпитального сегмента по итогам 2012 г. На третьем месте – препарат КОМБИВИР компании GLAXOSMITHKLINE.

Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет порядка 23%. Причем в рейтинг попадают как дорогие импортные лекарственные средства, так и дешевые отечественные препараты (НАТРИЯ ХЛОРИД, ГЛЮКОЗА).

По сравнению с 2011 годом в рейтинге за 2012 г. появилось шесть новых брендов, среди которых три противовирусных препарата для лечения ВИЧ-инфекции – ПРЕЗИСТА, ИСЕНТРЕСС, РЕАТАЗ и три противомикробных средства: для лечения туберкулеза (КАПРЕОМИЦИН), заболеваний дыхательной системы (АВЕЛОКС) и антибиотик-цефалоспорин широкого спектра действия ЦЕФТРИАБОЛ.

## 5. Биологически активные добавки

Дискуссии о судьбе биологически активных добавок (БАД) в аптеках и на Российском рынке ведутся уже давно и регулярно. Периодически возникают новые темы, связанные с ужесточением контроля за обращением БАД. Очередная волна возникла в конце 2012 года.

Чтобы пресечь появление БАД и лекарств под одним и тем же брендом, Федеральная антимонопольная служба предложила Минздраву регистрировать БАД точно так же, как и лекарства. В этом случае, производителям добавок придется тратить миллионы долларов на клинические исследования, а процедура регистрации увеличится до полутора-двух лет. О том, что БАД было бы целесообразно регулировать законом «Об обращении лекарственных средств», ФАС заявляет уже несколько лет. Однако сейчас на рынке появились препараты, которые позиционируются одновременно и как лекарства, и как добавки, что вводит потребителей в заблуждение.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил данные<sup>3</sup> о том, каков уровень информированности россиян о БАД, а также насколько распространено употребление БАДов среди наших сограждан. Для большинства россиян БАД – это дополнение к пище. Так считают 60% опрошенных. То, что БАДы – это витамины, считают 16% респондентов. Только 5% респондентов полагают, что БАД – это лекарственные препараты.

Каждый четвертый россиянин с той или иной частотой принимает БАДы. Каждый десятый респондент эпизодически употребляет добавки (только при ухудшении здоровья), каждый пятый опрошенный принимает БАДы сезонно, 6% – курсами. Только 2% делают это на регулярной основе.

Где продавать БАДы, отдельная тема дискуссии. Многие законодатели считают, что БАД надо убрать из аптек и реализовывать в специальных отделах магазинов, и в скором времени Государственная Дума России рассмотрит соответствующие поправки к законам.

Пока же в большинстве случаев россияне, принимающие БАДы, покупают их в аптеках (70%). И мы надеемся, что данная ситуация не изменится.

Как видно из рисунка 24, через аптеки в 2012 году было реализовано порядка 294 млн. упаковок БАД на общую сумму около 22,2 млрд. руб. в оптовых ценах и 29,8 млрд. руб. в розничных ценах. Прирост в стоимостном выражении (в ценах закупки аптек) составил +18,6%, в упаковках отмечается небольшое снижение объема продаж в сравнении с 2011 г (-0,7%). Таким образом, можно сделать вывод, что наблюдаемый рост продаж в рублях связан исключительно с ростом цен на БАД. Так, если в 2011 г. стоимость одной условной упаковки БАД составила 63,1 руб., то в 2012 г – 75,7 руб, что выше на 19,9%.

Рисунок 24

### Объемы продаж БАД в России в 2011-2012 годах



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

<sup>3</sup>Всероссийский опрос проведен 1-2 декабря 2012 года среди 1600 человек в 138 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России.

Динамика цен на БАД была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса (рис. 25).

Рисунок 25

### Изменение цен БАД на коммерческом аптечном рынке России за 2012 год



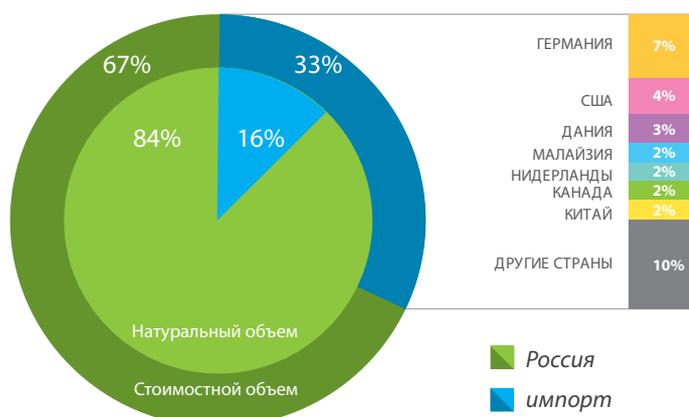
**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Согласно индексу Ласпейреса в 2012 году по сравнению с 2011 годом цены на БАД в рублях выросли на 5,5%, тогда как в 2011 году рост цен был выше 6,3%.

Если на рынке лекарственных препаратов наибольшая доля продаж приходится на продукцию иностранных компаний, то рынок БАД на 67% в стоимостном и на 84% в натуральном выражении представлен товарами отечественных производителей (рис. 26). Первое место по объему продаж среди отечественных производителей принадлежит компании Эвалар. Из года в год лидерами продаж среди импортных производителей остаются БАД производства Германии (доля 7% в рублях от общего объема продаж рынка БАД), США (4%) и Дании (3%). Рейтинг немецких производителей традиционно возглавляет компания QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG (серия БАД ДОППЕЛЬГЕРЦ), среди американских наиболее популярна продукция компании PHARMA-MED INC (серия БАД КИДС ФОРМУЛА, ЛАЙФ ФОРМУЛА и МЕН'С ФОРМУЛА), а в списке датских производителей лидирует компания FERROSAN AG (линейка БАД БИФИФОР и витаминных комплексов МУЛЬТИ-ТАБС).

### Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства с разбивкой по странам



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Импортные БАД, так же как и на рынке лекарств, дороже отечественных: цена одной упаковки импортной БАД составила 157,8 руб., отечественной – 60,1 руб. При этом в 2012 году отечественные БАД подорожали в большей степени (+17,1%), чем импортные (+16,5%).

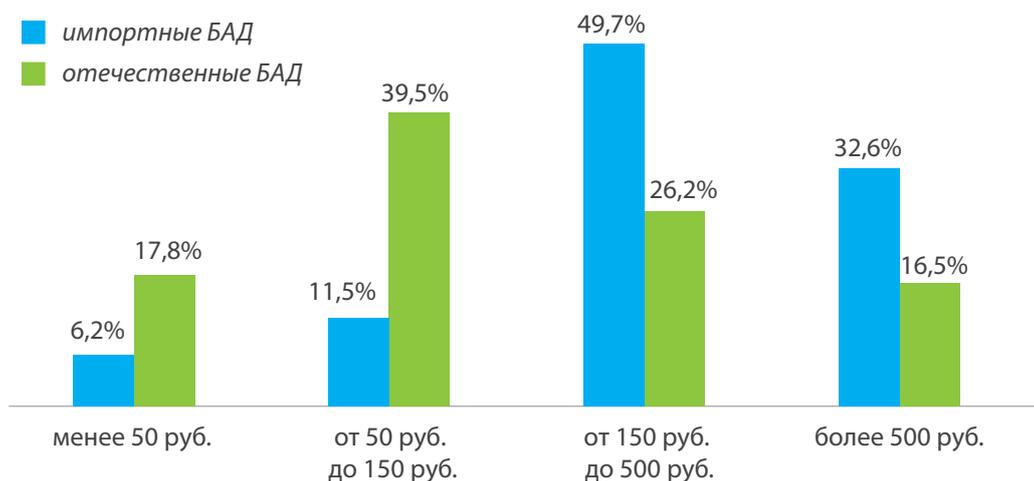
Необходимо отметить, что в 2012 г. потребители стали с большей охотой приобретать более дорогие БАД. Если в прошлом году, основной объем продаж приходился на стоимостной диапазон от 50 до 150 руб, то по итогам 2012 г. порядка 33,9% объема продаж в деньгах пришлось на БАД, средневзвешенная цена которых за одну условную упаковку находится в диапазоне от 150 до 500 руб. Около 30,4% пришлось на БАД с ценой от 50 до 150 рублей, дорогостоящие БАД (с ценой более 500 руб) заняли 21,9%, а на долю самых дешевых (до 50 руб) пришлось 14% от объема продаж в рублях.

Как и на рынке лекарств, в натуральном выражении самый емкий сегмент – препараты с ценой до 50 руб. (63,2%), а дорогие БАД с ценой более 500 руб занимают всего 2,1%.

Если разделить рынок БАД по происхождению (рис. 27), то становится очевидно, что дорогие иностранные препараты продаются лучше, чем отечественные: порядка 82% стоимостного объема импортных БАД приходится на сегмент с ценой более 150 руб., для отечественных БАД 57% объема составляют сегменты с ценой менее 150 руб.

Рисунок 27

### Соотношение продаж в рублях БАД импортного и отечественного производства в зависимости от ценового диапазона по итогам 2012 года



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В таблице 14 представлен ТОП-20 фирм-производителей БАД. Рейтинг производителей БАД уже на протяжении нескольких лет возглавляет отечественная компания ЭВАЛАР, на долю которой приходится порядка 22% всех аптечных продаж БАД в денежном выражении. Компания уверенно лидирует на рынке БАД. Прирост ее продаж в рублях в 2012 г. по сравнению с 2011 г. составил +14,7%. Самым продаваемым продуктом в 2012 году, как и в предыдущем году, стала линейка продуктов для похудения под брендом ТУРБОСЛИМ, занимающая порядка 25% от объема всех продаж в портфеле компании в деньгах. По сравнению с 2011 г., прирост продаж в рублях для этого бренда составил +47,5%. На втором месте слабительный препарат ФИТОЛАКС (доля 13%). Замыкает тройку лидеров бренд ОБЕСОЛ для поддержания работы печени с долей 6,6%.

ЭВАЛАР ежегодно выводит на рынок новые продукты: наиболее успешной новинкой 2012 года можно считать бренд ЛОРА, представляющий собой так называемые БАД для красоты. Одновременно с таблетками ЛОРА компания ЭВАЛАР выпустила под этим же брендом антивозрастной крем для лица и крем для контура глаз. Рекомендуется сочетать применение таблеток и кремов для достижения наибольшего эффекта.

Помимо этого, в 2012 г. компания ЭВАЛАР выпустила на рынок еще порядка 12 новых брендов. Наиболее емкие из них – СПОРТЭКСПЕРТ и ЧАЙ ИМБИРНЫЙ.

Таблица 14

### ТОП-20 фирм-производителей БАД в России в 2012 году

Рейтинг 2012 г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	0	ЭВАЛАР ЗАО	4 912	14,7%	22,2%
2	0	РИА ПАНДА	2 056	49,4%	9,3%
3	0	АКВИОН ЗАО	816	-13,5%	3,7%
4	0	ДИОД ОАО	715	-9,7%	3,2%
5	0	FERROSAN AG	595	-8,8%	2,7%
6	0	PHARMA-MED INC	593	38,0%	2,7%
7	+2	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	540	54,4%	2,4%
8	+13	POLENS (M) SDN BHD	534	248,3%	2,4%
9	-1	ЭКОМИР ЗАО	480	24,5%	2,2%
10	+71	ПОЛЯРИС ООО	457	1 279,5%	2,1%
11	-4	NATUR PRODUKT	437	12,0%	2,0%
12	-2	ФАРМ-ПРО ТД ООО	383	17,8%	1,7%
13	-2	ФАРМСТАНДАРТ ООО	377	18,8%	1,7%
14	-2	МИРАКСФАРМА ЗАО	339	20,4%	1,5%
15	-1	АЛТАЙ-ФАРМ ООО	243	4,7%	1,1%
16	-3	KRKA	233	-5,1%	1,1%
17	-1	БИОКОР ООО	230	15,1%	1,0%
18	+15	SOLGAR VITAMIN AND HERB	189	85,3%	0,9%
19	-2	LABORATORIES INNEOV	184	-6,5%	0,8%
20	-1	MERK SELBSTMEDIKATION (ПРОДВИЖ-Е DR.REDDY'S)	176	1,6%	0,8%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group, ISO 9001:2008.

Примечание: объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Вот уже второй год подряд компания РИА-ПАНДА занимает вторую строчку рейтинга продаж БАД. Доля этой компании выросла по сравнению с прошлым годом и составила порядка 9,3%. Прирост продаж компании высокий (+49,4%).

Однако отрыв от компании ЭВАЛАР, находящейся на первой строчке, остается существенным, поэтому смена лидера в ближайшие годы представляется маловероятной.

Основные продажи РИА-ПАНДА (84% стоимостного объема продаж в портфеле компании) приходятся на два продукта, предназначенных для коррекции эректильной дисфункции – СЕАЛЕКС ФОРТЕ и АЛИ КАПС с долями 52,4% и 31,6% соответственно от объема продаж продукции компании. При этом, как и в прошлом году, для данных БАД отмечен высокий положительный прирост в деньгах: объем реализации АЛИ КАПС увеличился на 96,1%, СЕАЛЕКС ФОРТЕ – на 30,2%. Кроме того, в 2012 г. компания РИА ПАНДА вывела на рынок 31 новый бренд, самыми продаваемыми среди которых стали НАБИСС и АРТРОДОК.

На третьем месте – компания АКВИОН. Второй год подряд для данной компании отмечается падение объема продаж. По итогам 2011 г АКВИОН был единственным производителем из ТОП-3, объемы продаж которого в деньгах упали. В 2012 г. данный производитель продемонстрировал максимальное снижение объема продаж в стоимостном выражении среди ТОП-10 (-13,5% к 2011 году). Сложившаяся ситуация объясняется в первую очередь тем, что данная компания ранее производила исключительно БАД, а в 2010 г. часть линейки одного из основных брендов – КУДЕСАН – была переведена компанией из БАД в лекарственные средства. В связи с этим, в рейтинге компаний, производящих БАД, фирма потеряла долю. Однако если проанализировать суммарный объем реализации продукции через аптечные сети (лекарств и БАД), производимой АКВИОН, то мы увидим, что объем продаж в стоимостном выражении для нее вырос по сравнению с 2011 г на 0,7%, но продажи в упаковках при этом упали на 4%. В целом продажи бренда КУДЕСАН (суммарно лекарства и БАД) также характеризуются положительным приростом в денежном выражении (+6,5%). Тем не менее, потеря доли в сегменте БАД обусловлена не только перерегистрацией препарата КУДЕСАН, среди БАД из ассортимента компании уменьшились продажи в сравнении с 2011 г. таких ключевых брендов, как АЛФАВИТ (-7,3%) и ФОКУС (-11%).

Возвращаясь к рейтингу ТОП-20 фирм-производителей отметим, что наибольший прирост в деньгах выявлен для фирмы ООО ПОЛЯРИС благодаря стремительному росту продаж БАД для похудения РЕДУКСИН ЛАЙТ (+1955% к 2011 г.). В 2012 г. компания также вывела новый БАД, способствующий нормализации липидного обмена, – АТЛАНТИНОЛ.

Рассмотрим рейтинг продаж брендов БАД по итогам 2012 г. (табл. 15). С тех пор как ещё в 2010 г. бренд КАПИЛАР уступил место лидера в рейтинге БАД, борьба за первую строчку продолжается. В 2010 году эту позицию заняла линейка ТУРБОСЛИМОВ. В 2011 году ситуация вновь изменилась: максимальный объем продаж продемонстрировала БАД СЕАЛЕКС ФОРТЕ (РИА ПАНДА), незначительно опередив ТУРБОСЛИМ. По итогам 2012 г. бренд ТУРБОСЛИМ вернул себе позицию лидера продаж с долей 5,5%.

Максимальный прирост продаж (+1954,5% к 2011 году) среди ТОП-20 брендов отмечен для РЕДУКСИН ЛАЙТ, в результате чего препарат переместился на 152 строчки вперед по сравнению с предыдущим годом. Также высокий прирост продаж отмечен для бренда СУПРАДИН в форме жевательных витаминов и геля для детей.

## ТОП-20 продаж брендов БАД в России в 2012 году

Рейтинг 2012 г.	Изменение	Бренд	Фирма	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	+1	ТУРБОСЛИМ	ЭВАЛАР ЗАО	1 212	47,5%	5,5%
2	-1	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	РИА ПАНДА	1 077	30,2%	4,9%
3	+3	АЛИ КАПС	РИА ПАНДА	649	96,1%	2,9%
4	0	ФИТОЛАКС	ЭВАЛАР ЗАО	637	14,3%	2,9%
5	-2	АЛФАВИТ	АКВИОН ЗАО	541	-7,3%	2,4%
6	0	ДОППЕЛЬГЕРЦ	QUEISSER PHARMA GMBH & CO.KG	540	54,4%	2,4%
7	+20	ТОНГКАТ	POLENS (M) SDN BHD	519	238,4%	2,3%
8	-3	ГЕМАТОГЕН	Разные производители	482	-3,3%	2,2%
9	+152	РЕДУКСИН ЛАЙТ	ПОЛЯРИС ООО	441	1 954,5%	2,0%
10	-2	ОВЕСОЛ	ЭВАЛАР ЗАО	324	11,1%	1,5%
11	-4	ЦИ-КЛИМ	ЭВАЛАР ЗАО	306	3,5%	1,4%
12	+1	ИНДИНОЛ	МИРАКСФАРМА ЗАО	297	15,5%	1,3%
13	-4	ПУСТЫРНИК	Разные производители	277	-3,8%	1,3%
14	-3	БИФИФОРМ	FERROSAN AG	254	-3,9%	1,1%
15	0	ЛЮТЕИН	Разные производители	250	6,0%	1,1%
16	+61	СУПРАДИН	BAYER AG	244	305,3%	1,1%
17	-7	ЧЕРНИКА-ФОРТЕ	ЭВАЛАР ЗАО	232	-18,8%	1,0%
18	-4	КАПИЛАР	ДИОД ОАО	228	-6,2%	1,0%
19	+4	МЕН'С ФОРМУЛА	PHARMA-MED INC	200	25,0%	0,9%
20	+4	НАТУРИНО	NATUR PRODUKT	193	21,0%	0,9%

**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

БАД позиционируются производителями как средства для профилактики и/или лечения различных заболеваний. Использовать существующий официальный классификатор для оценки рынка БАД не совсем удобно – многие БАД, применяемые для профилактики/лечения одних и тех же заболеваний находятся в разных разделах классификатора (например, препараты улучшающие зрение). Поэтому специалистами компании DSM был создан свой классификатор БАД, который более четко отражает реалии современного рынка БАД. Классификатор БАД состоит из 17-ти разделов, большинство из которых имеет 2-й подуровень, а некоторые разделы - 3-й.

Рейтинг продаж БАД в соответствии с разделами классификатора представлен в таблице 16.

Таблица 16

**Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД  
по итогам 2012 года**

№ п/п	Раздел реестра БАД	Стоимостной объем, млн. руб.	Прирост к 2012 г.	Лидер внутри каждого отдела	Доля группы, %
1	G БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕПРОДУКТИВНУЮ СИСТЕМУ	4 840	35,8%	СЕАЛЕКС ФОРТЕ	21,9%
2	V БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНИЗМ В ЦЕЛОМ	4 714	18,7%	АЛФАВИТ	21,3%
3	A БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ПИЩЕВАРИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ	3 548	10,5%	ФИТОЛАКС	16,0%
4	W БАД ДЛЯ ПОХУДЕНИЯ И ОЧИЩЕНИЯ ОРГАНИЗМА	2 295	42,6%	ТУРБОСЛИМ	10,4%
5	N БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФУНКЦИИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ	1 645	1,6%	ПУСТЫРНИК	7,4%
6	S БАД ДЛЯ ПОДДЕРЖАНИЯ ФУНКЦИЙ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ	1 216	10,7%	КАПИЛАР	5,5%
7	S БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНЫ ЧУВСТВ	991	-6,1%	ЛЮТЕИН	4,5%
8	D БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ДЛЯ УСТРАНЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ПРОБЛЕМ С КОЖЕЙ И ВОЛОСАМИ	623	25,6%	INNEOV	2,8%
9	M БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ КОСТНОЙ СИСТЕМЫ	591	37,7%	ХОНДА	2,7%
10	B БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА КРОВЕТВОРНУЮ СИСТЕМУ	569	-1,9%	ГЕМАТОГЕН	2,6%
11	R БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ЗАБОЛЕВАНИЯХ ДЫХАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ	381	6,3%	ДОКТОР ТАЙСС	1,7%
12	I БАД, ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ ФУНКЦИЮ ИММУННОЙ СИСТЕМЫ	188	-12,6%	КИДС ФОРМУЛА	0,8%
13	U БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА МОЧЕВЫДЕЛИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ	183	10,6%	ПРОЛИТ	0,8%
14	H БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФУНКЦИЮ ЖЕЛЕЗ ВНУТРЕННЕЙ СЕКРЕЦИИ	163	17,3%	ЭНДОКРИНОЛ	0,7%
15	T БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ОТРАВЛЕНИЯХ И ИНТОКСИКАЦИЯХ	162	16,2%	УГОЛЬ БЕЛЫЙ	0,7%
16	O БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ДЛЯ ЛЕЧЕНИЯ И ПРОФИЛАКТИКИ ОНКОЛОГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ (КРОМЕ ОПУХОЛЕВЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ РЕПРОДУКТИВНОЙ СИСТЕМЫ)	38	30,3%	ПРОМИСАН	0,2%
17	J БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ВИРУСНЫХ, БАКТЕРИАЛЬНЫХ И ГРИБКОВЫХ ЗАБОЛЕВАНИЯХ	2	-18,2%	ТАНАКСОЛ	0,01%

Источник: «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

Если в 2011 г. рейтинг БАД по первому уровню классификатора DSM возглавляла группа [V] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ОРГАНИЗМ В ЦЕЛОМ, то в 2012 г. ситуация изменилась: на первом месте с долей 21,9%, сместив на 2-е место лидера предыдущего года, оказалась группа [G] БАД, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕПРОДУКТИВНУЮ СИСТЕМУ. Это связано с увеличением объемов реализации по сравнению с 2011 г. брендов не только СЕАЛЕКС ФОРТЕ И АЛИ КАПС, но и ТОНГКАТ (+238%), СПЕРМАПЛАНТ (+309%), ТЕСТОГЕНОН (+613%) и др. Замыкает тройку лидеров группа [A] БАД, ДЕЙСТВУЮЩИЕ НА ПИЩЕВАРИТЕЛЬНУЮ СИСТЕМУ с долей 16%.

Самый большой прирост (+42,6%) выявлен для группы [W] БАД ДЛЯ ПОХУДЕНИЯ И ОЧИЩЕНИЯ ОРГАНИЗМА благодаря вкладу таких брендов, как ТУРБОСЛИМ, РЕДУКСИН ЛАЙТ и др.

Наибольшее снижение продаж демонстрирует группа [J] БАД, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРИ ВИРУСНЫХ, БАКТЕРИАЛЬНЫХ И ГРИБКОВЫХ ЗАБОЛЕВАНИЯХ (-18,2%). Падение объемов связано с сокращением реализации главным образом противогрибкового БАД КАНДИМИН (-91,3%), антипаразитарного средства ПАРАГОН (-88,8%), бренда ЧЕРНЫЙ ОРЕХ (-76,7%), оказывающего антипаразитарное, противоглистное, антибактериальное и противовоспалительное действие.

Постепенно среди современных покупателей аптек распространяется мнение о том, что в аптеке можно и нужно приобретать не только лекарства. В крупных городах и областных центрах люди все чаще приходят в аптеку с целью приобрести косметику по уходу за лицом, телом и волосами, причем покупка косметики зачастую становится не сопутствующей, а ключевой целью визита. Причиной тому высокая степень доверия населения к аптечному учреждению в целом и специалисту (фармацевту) в частности. Иными словами, доверяя/советуясь с фармацевтом в выборе лекарства, потребитель ожидает высококвалифицированный совет в выборе косметического средства.

Аптеки продолжают поиск новых способов привлечения и удержания клиента, особенно ярко это выражается в косметическом сегменте. Крупные сети сотрудничают с производителями косметики, проводя совместные акции для потребителей.

Также российские аптеки активно развивают направление продаж лечебной косметики и уже создают под них отдельные розничные проекты. В аптечной сети «Ригла» функционируют аптеки с Центрами активной косметики. Аптечная сеть «36,6» открыла концепт-магазины собственной торговой марки «36,6 Lab», где представляется исключительно косметическая продукция, БАДы для красоты и средства гигиены под маркой сети. «Первая помощь» открыла две точки, именуемые «Студиями лечебной косметики Cosmetic Project», в торговых центрах Петербурга. Ассортимент в новых островных отделах составляет 600 наименований, в них представлены 15 марок аптечной косметики.

Рассмотрим ситуацию на рынке аптечной косметики в цифрах.

По итогам 2012 года аптечная косметика занимает второе место (после лекарств) в структуре продаж аптеки и первое в структуре парафармацевтических групп товаров. Доля этого сегмента составила 5% от общего объема продаж аптек.

Объем продаж аптечной косметики в 2012 году превысил 22 млрд. руб. в оптовых ценах или 202 млн. упаковок.

Рынок аптечной косметики постепенно возвращается на докризисный уровень – объем продаж в рублях практически достиг значений 2009 г., однако динамика спроса на «косметику из аптеки» значительно отстает от динамики потребления лекарственных средств. Причиной тому, консерватизм отечественного потребителя – в аптеку прежде всего идут за «лекарством», за косметикой в редких случаях (покупка косметики с заявленным лечебным эффектом, сопутствующее приобретение и проч.). В крупных городах большая информационная осведомленность населения приводит к постепенному разрушению стереотипа «в аптеку за лекарством, а за косметикой – в магазин гигиенических товаров».

По итогам 2012 г. рост продаж аптечной косметики в рублях составил 6,3%, в 2011 г. был также зафиксирован рост на 5,3% по сравнению с 2010 г.

### Объемы продаж косметики в России в 2011-2012 годах



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

В России официальной классификации косметики не существует, однако в зависимости от назначения, действия и стоимости все косметические средства можно разделить на три группы: активная (лечебная) косметика, косметика MASS MARKET и селективная косметика (Премиум и Люкс класса). Отметим, что деление на эти три группы условно и субъективно.

Активная (лечебная) косметика применяется для лечения и профилактики определенных заболеваний, содержит различные биологически активные вещества. К лечебной косметике относятся марки Софья (крема и бальзамы), крема Боро плюс и др. Косметика mass market – косметика, доступная для большинства потребителей, предназначенная для ухода за кожей, волосами и ногтями. Продается как в аптечных учреждениях, так и в других торговых точках (супермаркетах, специализированных магазинах и т.д.).

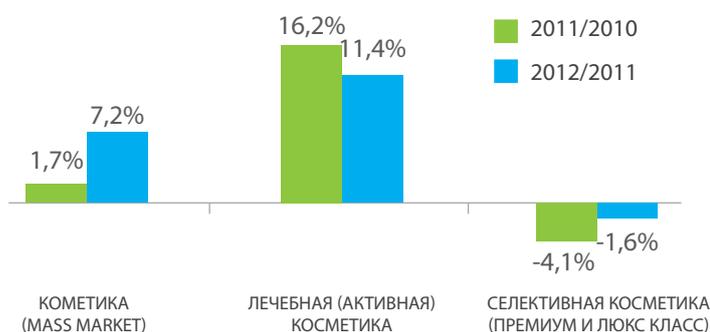
Как правило, в такой косметике нет селективных средств, которые избавляют от определенной проблемы, например, акне. К косметике mass market относится продукция таких производителей как, например, Garnier Laboratories, Nivea.

Селективная (премиум и люкс класс) косметика – элитная, престижная косметика, в которой более часто появляются косметические линии, предназначенные для определенных состояний кожи или волос. В основном, это дорогая продукция (ориентировочно от 800 руб. за упаковку) и продается по большей части только в аптеках. Для примера, производителем селективной косметики является Vichy Laboratories.

Среди трех типов товаров существенный рост демонстрирует сегмент лечебной косметики как в деньгах (+11%), так и в упаковках (+2%). Устойчивый рост (+7%) в 2012 г. был также отмечен и в сегменте косметики масс маркет. Третий год подряд сегмент селективной косметики снижается по обороту и количеству проданных упаковок. Падение стоимостного и натурального объемов продаж косметики премиум и люкс класса составило -2% в рублях и -6% в упаковках (рис. 29). Следует однако отметить, что постепенно динамика спроса на селективную косметику смещается в сторону положительных значений (так, в 2010 г. продажи косметики премиум-категории упали на 9%, в 2011 г. на -4%, а в 2012 г. уже на -2%).

Косметические средства, реализуемые через аптечные учреждения, находятся в широком ценовом диапазоне – от дешевых, стоимостью порядка 10-15 руб. (мыло, салфетки влажные, недорогие отечественные крема для рук и др.) до очень дорогих, цена которых может превышать 10 000 руб. за одну упаковку. По итогам года средневзвешенная цена одной упаковки составила около 111 рублей (прирост к уровню 2011 г. +9,1%). При этом в сегменте масс-маркет косметики наблюдалось самое заметное увеличение средневзвешенной стоимости упаковки (с 63 руб. до 73 руб.). В сегменте лечебной косметики произошел рост показателя на 9% (средневзвешенная стоимость по итогам 2012 года составила 95 руб.).

### Прирост продаж косметики в зависимости от типа косметического товара



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

Соотношение продаж групп косметической продукции представлено на рисунке 30.

Соотношение трех типов косметических товаров несколько изменилось – сегмент лечебной косметики вырос по доле в стоимостном объеме и по итогам 2012 года составил 44% (в 2011 году – 42%). Доля сегмента Масс-маркет за год не изменилась и составила 29%, а селективная косметика утратила 2% рынка (удельный вес данного сегмента равен 27%). В упаковках за счет более высокой цены косметика премиум и люкс класса занимает всего 5%. Доли сегментов косметики масс-маркет и лечебной косметики в упаковках распределились следующим образом (44% и 51% соответственно).

### Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара, 2012 год



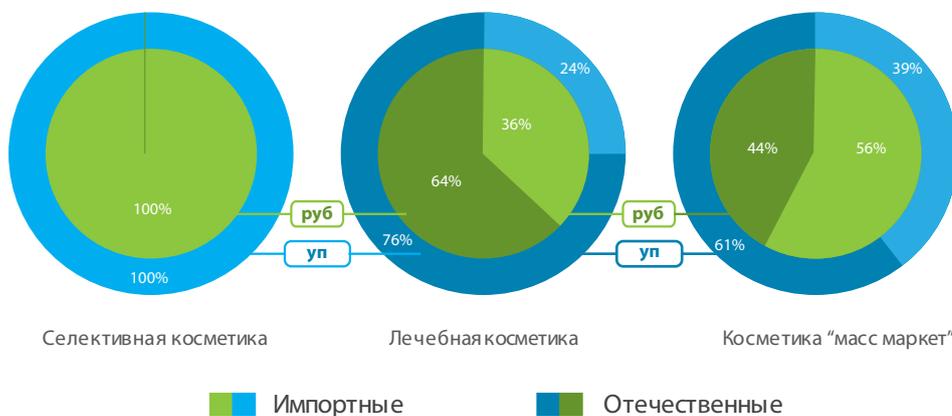
**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

Продукция российских производителей пользуется более высоким спросом, чем зарубежная, занимая почти 66% натурального объема продаж. Однако по стоимостному объему наблюдается явный перевес у импортной косметики (те же 59% продаж).

Рисунок 31

### Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара, 2012 год



**Источник:** «Ежемесячный розничный аудит фармацевтического рынка РФ» DSM Group. ISO 9001:2008.

**Примечание:** доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

Внутри сегментов соотношение отечественной и зарубежной косметики неодинаково (рис. 31).

Селективная косметика в 2012 г. на 100% состоит из импортных косметических средств. Отечественные компании пока не могут конкурировать с зарубежными производителями в этом сегменте.

В масс-маркет сегменте, как и в прошлом году, отечественная косметика опередила импортную по количеству проданных упаковок (61%). По стоимостному показателю преимущество осталось за зарубежными брендами (56%).

В сегменте лечебной косметики отечественные бренды лидируют как по стоимостному (64%), так и по натуральному (76%) показателям.

В основном в аптеке продается «универсальная» косметика, рассчитанная на любого потребителя – в объеме продаж она занимает 73% в деньгах и 79% в упаковках. Второе место занимает косметика для детей, 9% стоимостного и 15% натурального объема. На третьем месте косметика для «среднего возраста (после 25 лет)». В этой категории существует определенный перевес в сторону дорогой косметики (если в деньгах доля сегмента 7%, то в упаковках всего 2%) – более 80% объема этой категории приходится на селективную косметику. Четвертое место принадлежит косметике для людей старше 45 лет (5% в стоимостном объеме потребления и 1% в натуральном). Доля мужской косметики по итогам 2012 года составила всего 1% - в рублях и 0,4% - в упаковках. К тому же, в сравнении с прошлым годом, доля косметики для мужчин заметно снизилась.

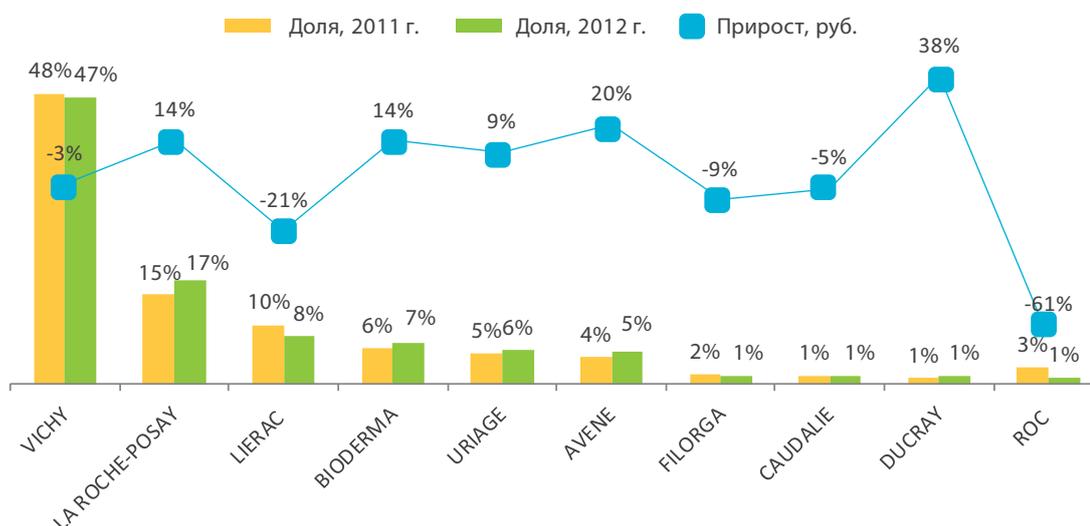
Бренд VICHY, как и в предыдущие годы, возглавляет рейтинг селективной косметики (рис. 32). Хотя в сравнении с 2011 годом продажи этого бренда сократились на 3%, а доля уменьшилась на 1%. Отрицательную динамику из ТОП-10 также показывают бренды LIERAC (-21%), ROC (-61%), FILORGA (9%) и CAUDALIE (-5%). Остальные бренды выросли как по объему, так и по доле. Отметим рост продаж и доли LA ROCHE-POSAY - марка относится к производителю L'OREAL (также как и VICHY). Поэтому совокупно 2 бренда занимают 64% стоимостного объема рынка, что на 1% выше доли, занимаемой брендами в 2011 г. Заметим, что LA ROCHE-POSAY второй год подряд занимает второе место в рейтинге, а по итогам 2012 года отрыв от третьей строчки, которую занимает LIERAC, увеличился и составил 9% по доле. Из брендов, занимающих места с 4 по 10, стоит отметить BIODERMA, AVENE, URIAGE – по сравнению с 2011 годом объемы продаж этих марок выросли на 14%, 20% и 9%

соответственно. Рекордный среди брендов селективной косметики первой десятки прирост продемонстрировала марка DUCRAY (+38% к уровню продаж предыдущего года).

Рейтинг 2012 года по составу отличается на одного игрока от рейтинга 2011 г. Высокие темпы роста позволили DUCRAY, занять 9 место. А вот марка NUXE покинула рейтинг – объемы ее сократились за год на 3%.

Рисунок 32

### ТОП-10 брендов селективной косметики (премиум и люкс класса)

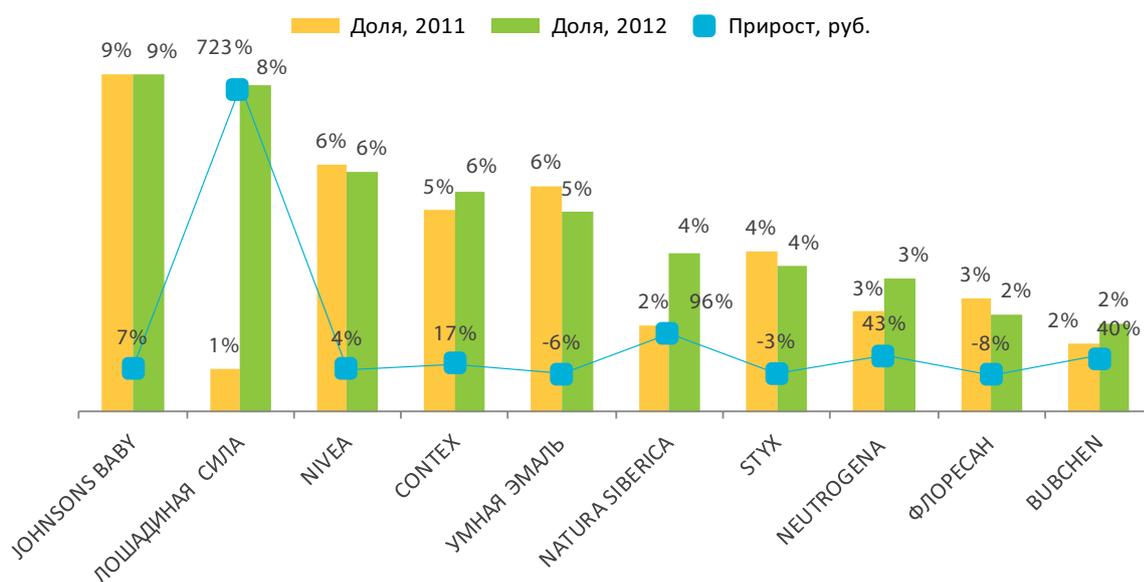


Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

В рейтинге масс-маркет косметики первое место уверенно занимает серия детской косметике JOHNSON BABY (рис. 33). На второе место вышел бренд ЛОШАДИНАЯ СИЛА. На третьем месте в масс-маркет рейтинге – NIVEA. Среди отечественных брендов в масс-маркет рейтинге присутствует только бренд NATURA SIBERICA, который демонстрирует внушительное увеличение объемов продаж на 96% (двухкратным был прирост продаж этой марки в прошлом году, когда она была новичком аптечного сегмента парафармацевтики). Производитель NATURA SIBERICA выпускает косметику, часть которой является сертифицированной натуральной косметикой. Максимальный прирост по доле рынка (с 1% в прошлом году до 8% по итогам 2012 г.) продемонстрировал бренд ЛОШАЛИНАЯ СИЛА. Более чем в восемь раз за год выросли аптечные продажи бренда, чему способствовало расширение ассортиментной линейки (к уже представленным средствам для тела и суставов добавились шампуни и бальзамы для волос) и широкомасштабная рекламная кампания. Падения были отмечены у марок УМНАЯ ЭМАЛЬ (-6% к уровню продаж 2011 г.), СТЫХ (-3%) и ФЛОРЕСАН (-8%).

## ТОП-10 брендов косметики “масс-маркет”



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

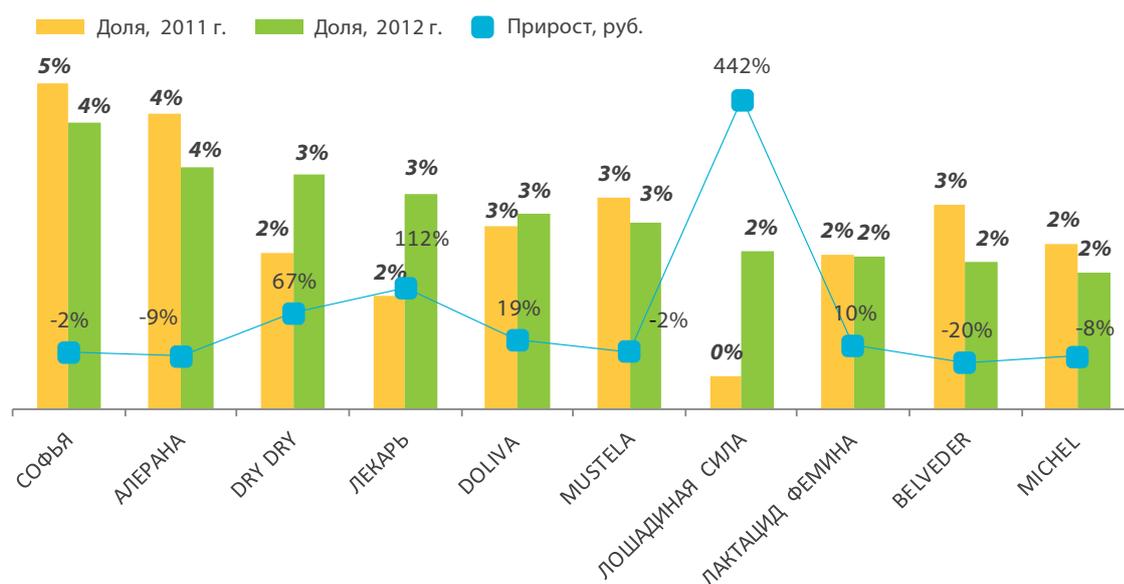
Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

Врейтинге лечебной косметики на протяжении последних лет лидером остается неизменным – отечественный бренд СОФЬЯ (рис. 34). Отметим, что в 2012 году продажи марки СОФЬЯ упали на 2% (в 2011 г. падение составило 7% относительно 2010 г.), тогда как бренд АЛЕРАНА, занимающий вторую строчку, сократился на 9%. Оба лидирующих бренда занимают около 4% рынка.

Максимальный прирост в рублях среди ТОП-10 брендов продемонстрировала марка ЛОШАДИНАЯ СИЛА (+442%). К данному бренду в сегменте лечебной косметики относятся средства для тела.

Рисунок 34

## ТОП-10 брендов лечебной (“активной”) косметики



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

2012 г. для косметического отдела аптеки стал без сомнения периодом появления новых «ярких» брендов (примером тому, ЛОШАДИНАЯ СИЛА, NATURA SIBERICA) и укрепления позиций уже знакомых потребителю лидеров рынка (Vichy, Avene, Uriage, Biodrema в «консервативном» секторе селективной косметики, Софья, Doliva, Mustelle в сегменте лечебной косметики).

## 7. Импорт ГЛС

Чтобы стимулировать отечественное производство, правительство готовится ограничить госзакупки импортных лекарств. Поставщики зарубежных препаратов не будут допущены к участию в торгах по госзакупкам, если в российском реестре лекарственных средств зарегистрировано два и более таких же препаратов; исключение — лекарства из Белоруссии. Такая норма содержится в двух разрабатываемых документах (в проекте приказа Минэкономразвития «Об условиях допуска товаров, происходящих из иностранных государств, для целей размещения заказов на поставки товаров для нужд заказчиков» и в проекте постановления правительства «Об установлении дополнительных требований к участникам размещения заказов при размещении заказов на поставки лекарственных средств», подготовленном Минпромторгом).

Также готовится определение лекарства «локального производства». До 1 января 2014 г. локальными будут считаться лекарства, которые упакованы или маркированы в России, говорится в проекте приказа Минпромторга, после этой даты — только препараты, которые полностью производятся в России (в том числе из импортных субстанций).

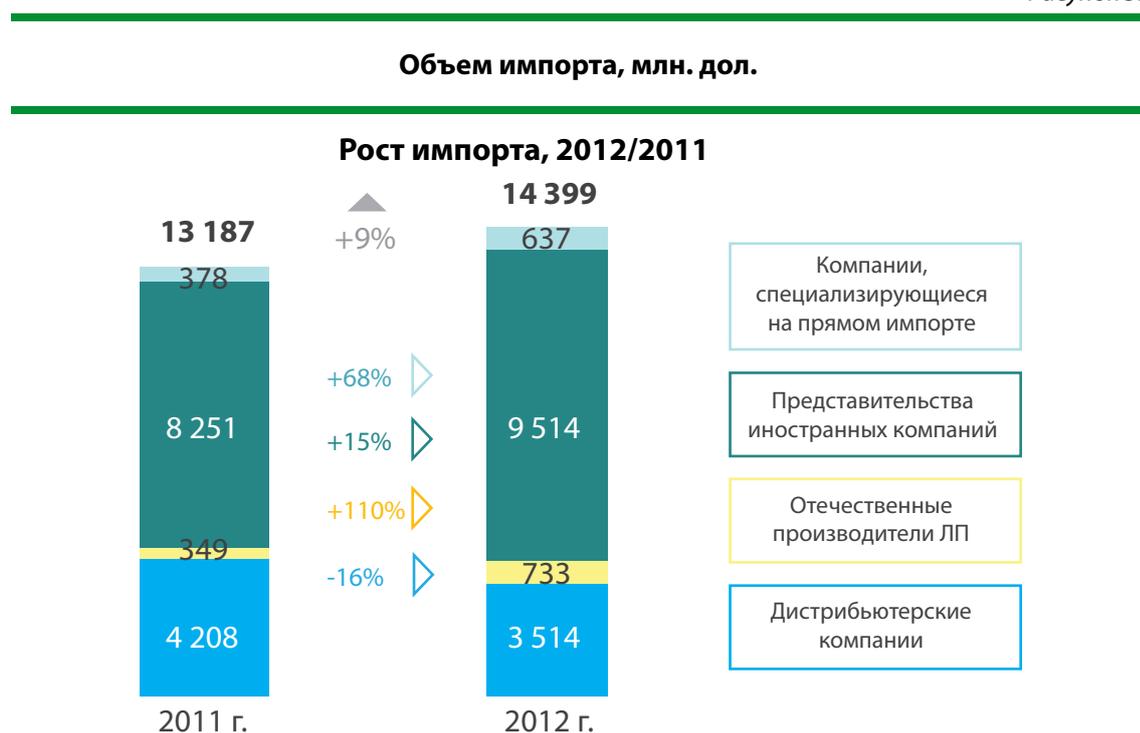
Принятие таких законодательных документов может сильно изменить российский рынок, в том числе в части импорта ГЛС в Россию. Также это дополнительно стимулирует импортных производителей «быстрее» локализоваться на территории России.

Дискриминация иностранных лекарств на госторгах будет особенно кстати отечественным производителям, когда в 2014 г. будут снижены импортные пошлины на лекарства: с 15 – 5% до 6,5 – 5% в течение переходного периода и, одновременно, опережающими темпами будут снижаться пошлины на медицинское оборудование и лекарственные субстанции (до 2-3%). Такие нормы были приняты при вступлении России в ВТО.

Пока же российский потребитель не может обойтись без импортных лекарств импортного производства. И импорт лекарств в Россию неуклонно увеличивается.

На рисунке 35, представлен объем импорта ГЛС в Россию в 2012 году.

Рисунок 35



Объем импорта ГЛС в Россию в 2012 году составил 14,4 млрд. дол. (в ценах таможенной стоимости), что на 9% выше аналогичного показателя 2011 года. При этом и в национальной валюте (в рублях) прирост показателя импорта чуть выше +15% (около 450 млрд. руб.). В натуральном выражении объем завезенных лекарственных средств также вырос относительно показателя 2011 года на 16%.

В таблиц 17 представлены доли различных групп импортеров ГЛС в Россию (в стоимостном объеме импорта конкретной группы в 2011 и 2012 гг.).

Таблица 17

**Доля различных групп импортеров ГЛС в Россию  
в объеме импорта ГЛС в 2011 и 2012 гг.**

Рейтинг	Импортеры	Доля к объему импорта, %	
		2011 г	2012 г.
1	Дистрибьюторские компании	31,91	24,41
2	Представительства иностранных компаний	62,57	66,08
3	Компании, специализирующиеся на прямом импорте	2,87	4,42
4	Отечественные производители ЛП	2,65	5,09
	<b>Итого:</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
	Объемы импорта, \$ млн.	13 187	14 399

Источник: Diamond Vision.

Как видно из таблицы 17, в 2012 г. более 90% от всего объема импорта ГЛС приходится на две группы импортеров - дистрибьюторские компании и представительства иностранных производителей. Структура импорта по типам импортеров в 2012 году изменилась по сравнению с 2011 годом в пользу представительств иностранных производителей, а также прямого импорта отечественных производителей лекарств.

Максимальная доля импорта приходится на представительства иностранных производителей, их доля в общем объеме возросла почти на 4%, дистрибьюторские компании же потеряли в доле почти 7%.

Группы «Компании, специализирующиеся на прямом импорте» выросли как по объему импорта, так и по доле: возобновились поставки «АЙТЕМС-Склады», компании, которая практически ничего в 2011 году не завезла. Существенно выросли поставки дистрибьютора «ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ ИМПОРТ, ЭКСПОРТ». Прямой импорт отечественных производителей лекарств растет максимальными темпами за счет роста таких компаний как УФИМСКИЙ ВИТАМИННЫЙ ЗАВОД, НИЖФАРМ, НАТУР ПРОДУКТ, НИАРМЕДИК.

Рассмотрим лидеров в группах импортеров, занимающих верхние строчки рейтинга - дистрибьюторские компании и представительства иностранных производителей.

В таблице 18 представлены ТОП-10 представительств иностранных производителей по объему импорта в 2012 году.

Таблица 18

<b>ТОП-10 представительств иностранных производителей по объему импорта в 2012 году</b>				
Рейтинг	Представительство иностранных производителей	Доля в объеме импорта группы «Представительств...», %		Прирост к 2011 г., дол.
		2011 г.	2012 г.	
1	САНОФИ	10,7%	10,6%	12%
2	НОВАРТИС	14,0%	9,7%	-22%
3	БАЙЕР	4,0%	7,8%	118%
4	ЭББОТТ	6,1%	6,7%	24%
5	ДЖОНСОН & ДЖОНСОН	4,5%	5,8%	45%
6	ТЕВА	5,9%	5,6%	6%
7	БЕРИНГЕР ИНГЕЛЬХАЙМ	0,0%	5,2%	new
8	ТАКЕДА	5,0%	4,6%	2%
9	ГЛАКСО-СМИТКЛЯЙН	5,8%	4,5%	-13%
10	МСД ФАРМАСЬЮТИКАЛС	1,7%	4,1%	177%
<b>Итого:</b>			<b>64,6%</b>	

Источник: Diamond Vision.

Группа «Представительства иностранных компаний» выросла в 2012 году на 15%. Продолжилась тенденция прошлых лет: производители хотят более точно контролировать поставки своих лекарств на территорию России, сами выстраивать ценовую политику согласно реалиям рынка и более оперативно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры. Концентрация в группе импортеров «Представительства иностранных компаний» составила 65%.

Лидерами группы импортеров «Представительства иностранных компаний», как и в прошлые годы, являются САНОФИ и НОВАРТИС. Тройку лидеров замыкает представительство производителя БАЙЕР, которое в 2012 году заняло 3 строчку, поднявшись с 9 места; прирост компании является одним из самых максимальных (+118%). Можно констатировать, что производитель переключился на собственные поставки на территорию России. Также в рейтинге «новый» производитель БЕРИНГЕР, который до 2012 года самостоятельно практически ничего не завозил.

Из компаний, показавших высокий рост в 2 и более раз, стоит отметить представительства МСД, ЮСБ ФАРМА. Производители также переключаются на собственные поставки.

В таблице 19 представлен ТОП-10 дистрибьюторов по объему импорта ГЛС в Россию.

Таблица 19

**ТОП-10 дистрибьюторов по объему импорта ГЛС  
в Россию в 2011 и 2012 годах**

Рейтинг	Дистрибьютор	Доля в объеме импорта группы «Дистрибьюторские компании», %		Прирост к 2011 г.
		2011 г.	2012 г.	
1	ЦВ «Протек»	17,5%	17,1%	-15%
2	Р-ФАРМ	17,5%	16,3%	-19%
3	КАТРЕН	9,3%	11,3%	5%
4	СИА Интернейшнл	18,1%	10,2%	-51%
5	БИОТЭК	5,8%	9,0%	34%
6	РОСТА	8,3%	8,6%	-10%
7	ЕВРОСЕРВИС	3,2%	4,4%	22%
8	Oriola	3,6%	4,4%	5%
9	Alliance Healthcare Russia	4,8%	3,9%	-26%
10	ФК ПУЛЬС	2,1%	2,7%	12%
<b>Итого:</b>		<b>88,0%</b>		

Источник: Diamond Vision.

Как видно из таблицы 19 крупнейшими дистрибьюторами по объему импорта в группе «Дистрибьюторские компании» в 2012 году являются три компании: ПРОТЕК, Р-ФАРМ, КАТРЕН. За исключением Катрена, импорт лидеров в 2012 году сократился в долларовом выражении. Отражая динамику работы дистрибьютора СИА Интернейшнл на аптечном рынке России, упал объем импортируемых лекарств этой компании почти в 2 раза. В результате компания заняла только 4 место среди дистрибьюторов-импортеров.

Доля десяти крупнейших дистрибьюторов-импортеров от всего объема импорта группы «Дистрибьюторские компании» в 2012 году сократилась на 2% и составила около 88%.

Максимальный рост в отчетном году продемонстрировала компания БИОТЭК, также как и в 2011 году, увеличив импорт на 34%. В ТОП-10 компаний дистрибьюторов-импортеров все чаще попадают специализированные поставщики. 2012 год не стал исключением. Под номером «7» в рейтинге ЕВРОСЕРВИС - дистрибьютор, специализирующийся на госпитальном и тендерном рынке, его прирост выше роста импорта в целом, что позволило компании подняться на 2 строчки вверх.

Из нижестоящих компаний стоит отметить дистрибьютора БСС, импорт которого вырос более чем в 2 раза – в 2012 году компания заняла 12 строчку с долей 0,77%.

В таблице 20 представлен ТОП-20 фирм-производителей по объему импорта ГЛС в Россию всеми группами импортеров.

Таблица 20

**ТОП-20 фирм-производителей ГЛС по объему импорта ГЛС  
в Россию всеми группами импортеров в 2011 и 2012 годах**

Рейтинг		Фирма-производитель	Доля стоимостного объема импорта, \$, %	
2011 г.	2012 г.		2011 г.	2012 г.
2	1	SANOFI	6,5%	6,7%
1	2	NOVARTIS	7,4%	5,5%
3	3	F.HOFFMANN-LA ROCHE	4,6%	5,0%
7	4	TEVA PHARMACEUTICAL	3,6%	4,4%
15	5	BAYER	2,1%	3,9%
6	6	ABBOTT	3,9%	3,9%
4	7	MERCK	4,1%	3,7%
9	8	TAKEDA	3,2%	3,3%
5	9	BERLIN-CHEMIE	4,1%	3,1%
8	10	GEDEON RICHTER	3,3%	2,9%
12	11	PFIZER	2,3%	2,8%
13	12	BOEHRINGER INGELHEIM	2,3%	2,5%
16	13	SERVIER	2,0%	2,3%
11	14	ASTRAZENECA	2,6%	2,2%
14	15	JANSSEN PHARMACEUTICA	2,2%	2,2%
10	16	GLAXOSMITHKLINE	2,8%	2,1%
18	17	KRKA	1,5%	1,7%
17	18	ASTELLAS PHARMA	2,0%	1,6%
19	19	DR.REDDY'S LABORATORIES	1,5%	1,5%
23	20	BAXTER HEALTHCARE	1,1%	1,2%
<b>Итого:</b>			<b>62,3%</b>	

Источник: Diamond Vision.

Доля 20 крупнейших производителей ГЛС по объему импорта в Россию в 2012 г. составила 62%. Крупнейшими производителями по объему импорта ГЛС в Россию в 2012 году являются SANOFI, NOVARTIS и F.HOFFMANN-LA ROCHE.

В аптечном сегменте в 2012 году произошли заметные изменения.

В первую очередь стоит сказать о «переделе» на аптечном рынке. По итогам 2012 года на первое место по объему продаж вышла аптечная сеть «Ригла» с оборотом 17,4 млрд. руб. (прирост продаж к 2011 году +18%). Доля сети составила 2,54%. «Ригла» в ушедшем году активно наращивала свой количественный состав – было открыто 143 новых точки. Помимо этого, аптечная сеть продолжила развитие аптек в формате дискаунтера «Будь здоров»: количество точек в этом формате выросло более чем в 2 раза и составило 215 аптек.

На втором месте по результатам 2012 года находится сеть А5 (объединившая в себя в 2011 году аптечные сети А5, Мособлфармация, Норма). Компания на сегодняшний день является крупнейшей аптечной сетью по количеству точек.

Третье место в рейтинге аптечных сетей досталось бывшему лидеру – аптечной сети «36,6». Доля сети по итогам года составила 2,41%, упав с 2,7% в 2011 году. Такая картина связана с тем, что аптечная сеть поставила себе на 2012 год задачей переломить негативный тренд по клиентскому трафику и повышение прибыльности сети за счет изменения качественного состава. Для этого в начале 2012 года был запущен новый бренд аптек «ЛЕКО» в сегменте эконом. К концу 2012 года в формате «ЛЕКО» функционировало 181 аптека. Также в 2012г. компанией был взят курс на сокращение числа убыточных аптек, за год было закрыто 212 аптек, а количество действующих аптек сети сократилось более чем на 160 точек, несмотря на это, компании удалось добиться положительной динамики продаж. Рост выручки составил 3%.

Как видно, одним из драйверов успеха аптечных сетей в настоящее время является развитие формата дискаунтеров. Этот тренд подхватили все участники рынка: «А5» развивает бренд «Норма», у «Фармакор» аптеки-дискаунтеры под брендом «Экономь!», «Радуга» использует название «Радуга эконом», у «Доктор Столетов» в составе появилась «Хорошая аптека» и т.д.

С другой стороны, стоит отметить развитие полярного формата – аптек премиального сегмента. Новатором в данном направлении стала сеть А.В.Е. С 2012 года сеть развивает аптеки А.в.е-Luxury. Среди концептуальных аптечных проектов этого года также следует выделить «Студии лечебной косметики Cosmetic Project», развиваемые сетью «Первая помощь» в Петербурге, магазины товаров для здорового образа жизни ОАО «Фармация», открываемые тоже в Северной столице, и «Студии активной косметики» от компании «Ригла» в Москве.

Если говорить об активности в сфере слияний и поглощений, то важнейшей сделкой года можно назвать слияние московской сети аптек «Горздрав» с А.в.е Group. Для российской аптечной розницы это первое слияние — до этого сделки на рынке происходили по принципу поглощения крупными сетями более мелких. Название аптек «Горздрав» сохранится, в него же будут ребрендированы аптеки А.в.е формата «дисконт». Всего в результате объединения у А.в.е стало 184 аптеки. В 2013 году партнеры намереваются довести количество аптек до 400. В 2012 году больше можно говорить не о приобретении активов, а об их избавлении. Так, в июле 2012 года аптечная сеть «36,6» продала принадлежащую ей розничную сеть игрушек Early Learning Center (ELC), в которую входило 19 магазинов в Москве. Покупателем выступил ОАО «Детский мир-центр», который приобрел 100% российского франчайзи ELC – ООО «Куб-маркет». Также «36,6» ищет покупателя на свой производственный актив «Верофарм». В ноябре первое подтверждение этой возможной сделки было получено – Федеральная антимонопольная служба России сообщила, что удовлетворила ходатайство АФК «Система» о покупке 100% «Верофарма» при соблюдении некоторых предписаний.

Сменила владельца аптечная сеть «Доктор Столетов». Покупателем выступила инвестиционная компания Haden SA, действовавшая в интересах петербургской дистрибьюторской компании «Империя-фарма». Стоимость сделки составила 70 млн. дол.

Государственная аптечная сеть «Столичные аптеки» летом 2012 года была реорганизована: в результате появилось две компании, одна из которых останется

государственной (около 70 точек), а вторая будет приватизирована (165 точек). Так что в 2013 году стоит ожидать покупки этой сети одним из игроков рынка.

Суммарно ТОП-10 сетей выросли в 2012 году на 13% к аналогичному периоду 2011 года. Доля ТОПа составила 15,9%. Рост ведущей десятки по обороту (15%) оказался чуть ниже, чем аптечного рынка в целом (рис. 36).

Рисунок 36

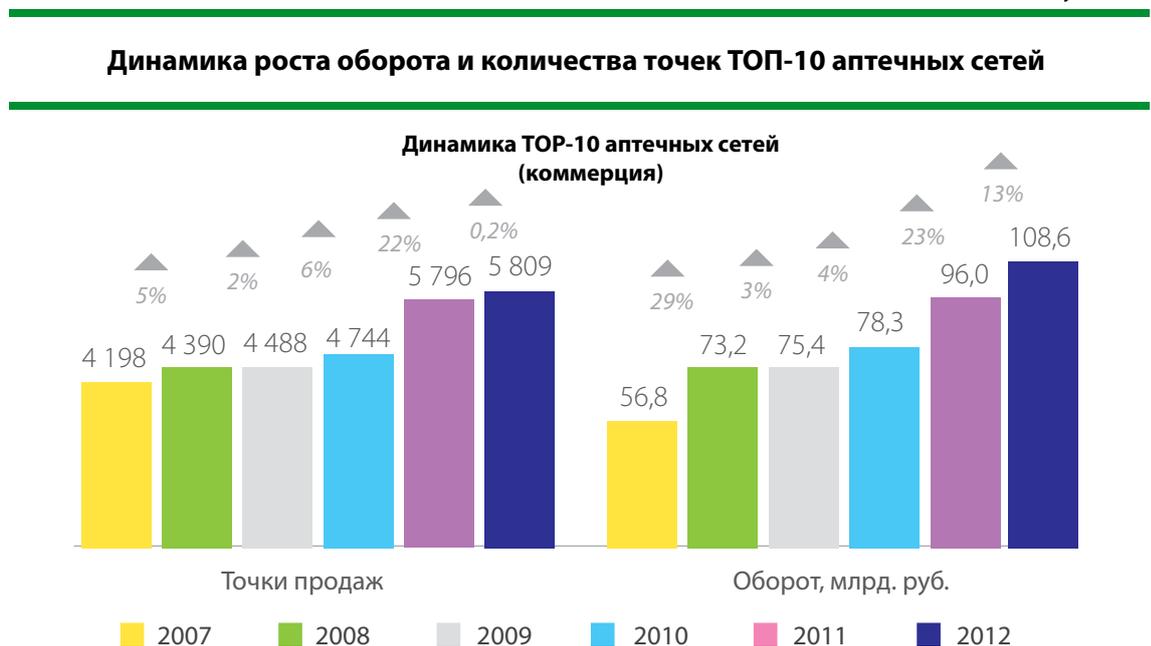


Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

Примечание: доли приведены от объемов продаж в закупочных ценах аптек с НДС.

На рисунке 37 представлены рост оборота и количества точек ТОП-10 аптечных сетей в 2007-2012 годах. В 2012 году наблюдается незначительный прирост по показателю количества точек, так как сети продолжают заниматься оптимизацией бизнеса, и не было крупных сделок по слиянию и поглощениям на уровне ТОП-10. В 2012 году он составил 0,2%. Таким образом, по этому показателю концентрация на рынке не выросла.

Рисунок 37



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

В таблице 21 приведем рейтинг аптечных сетей в коммерческом секторе с количественными и стоимостными показателями развития в 2012 г.

Таблица 21

**Рейтинг сетей по обороту в 2012 году  
на аптечном коммерческом рынке**

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд. руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2012 г.	Прирост оборота по сравнению с 2011 г.	Количество точек продаж
1	Ригла	17,4	2,5%	19%	805
2	A5	16,8	2,4%	39%	1189
3	Аптечная сеть 36,6	16,5	2,4%	3%	842
4	Имплозия	13,1	1,9%	6%	895
5	Фармакор	9,0	1,3%	1%	394
6	Фармаимпекс	8,8	1,3%	29%	338
7	Радуга	8,2	1,2%	7%	530
8	Oriola	6,3	0,9%	8%	240
9	Классика	6,3	0,9%	18%	145
10	Вита	6,2	0,9%	24%	431
11	Фармлэнд	6,0	0,9%	23%	229
12	Столичные аптеки	5,9	0,9%	-6%	240
13	Доктор Столетов	5,6	0,8%	10%	386
14	Самсон-Фарма	5,5	0,8%	34%	23
15	Опека	5,1	0,7%	38%	350
16	Первая помощь	4,7	0,7%	26%	175
17	Мелодия здоровья	4,3	0,6%	18%	310
18	Здоровые люди	4,2	0,6%	12%	152
19	Невис	3,9	0,6%	22%	227
20	A.V.E. group	3,1	0,5%	474%	188

Источник: Источник: оценки DSM Group. ISO 9001:2008, собственные данные аптечных сетей.

## 9. Дистрибьюторский сектор фармацевтического рынка

Развитие дистрибьюторского сектора фармацевтического рынка в последние годы происходит по четко заданному вектору – диверсификация бизнеса. Практически все национальные дистрибьюторы имеют в рамках управляющей структуры подчиненную аптечную сеть (Протек, Катрен, Роста, Oriola и т.д.). Второе направление, которое активно развивается - это собственное производство.

В 2012 году стоит отметить дистрибьютора Империя-фарма, в состав которого вошла аптечная сеть Доктор Столетов, входящая в ТОП-15 сетей России. Инвестиционная компания Haden SA, действующая в интересах Империя-Фарма, приобрела компанию и ее региональные дочерние компании за 60 млн. дол. Империя-Фарма делает сейчас ставку на развитие не столько в секторе госпоставок, сколько в коммерции, и формирование розничного дивизиона вполне соответствует новой задаче. Также компания активно развивает региональную сеть, открывая новые филиалы и представительства. По итогам года Империя-фарма имеет 7 филиалов и 33 представительства.

Дистрибьютор «Р-Фарм» продолжает инвестировать в развитие собственной производственной базы. В настоящее время компания располагает готовыми производственными площадками в Новосибирске, Костромской области и фармацевтическим заводом в Ярославле, ведется строительство современного научно-производственного комплекса «Фармославль», который будет осуществлять полный цикл разработки и производства высокотехнологичных фармацевтических субстанций. «Р-Фарм» инвестировал в организацию производства биофармацевтических лекарственных средств на базе производственной линии FlexFactory компании Xcellerex, США. Это предприятие – первый шаг к серийному производству биопрепаратов, включая инновационные продукты и биоаналоги. Завод будет одновременно сертифицирован в США по требованиям FDA и GMP и станет первым производством такого рода в России.

В 2012 году продолжилась череда банкротств в дистрибьюторском звене. В 2011 году банкротом была объявлена компания Шрея. Летом 2012 года банкротом объявили ООО «Медико-фармацевтическая фирма «Аконит», четыре года назад претендовавшее на позиции в TOP10 российских фармдистрибьюторов.

О банкротстве Генезиса было объявлено еще в 2008 году. В 2011 году Генезис сообщил о новом партнере ЗАО «Фарма Кэпитал», которое было привлечено для урегулирования кредиторской задолженности, заключения мирового соглашения и прекращения процедуры банкротства оптовика. У ЗАО «Фарма Кэпитал» обширные планы по развитию, в частности — по созданию на основе Генезис дистрибьюторской компании национального масштаба. Так, Генезис рассматривает сейчас ряд предложений как о слиянии с другими участниками оптового фармрынка, так и о покупке отдельных филиалов. Но за 2012 год пока не было отмечено каких-либо активных действий.

Национальные дистрибьюторы в последнее время предпочитают не участвовать в госзакупках (программе для обеспечения населения льготными лекарствами). В связи с этим нишевые дистрибьюторы получили возможность дополнительного развития. Так, в торгах на 2013 год по программе «7 нозологий» промежуточный лидер рынка госзаказа — ООО «Интермедфарм», впервые участвовавший в торгах и взявший большинство лотов по МНН Иматиниб и предложивший к поставке дженерики Гливека. Также высокие объемы выигранных тендеров приходятся на Ирвин-2 и на производителя Фармстандарт.

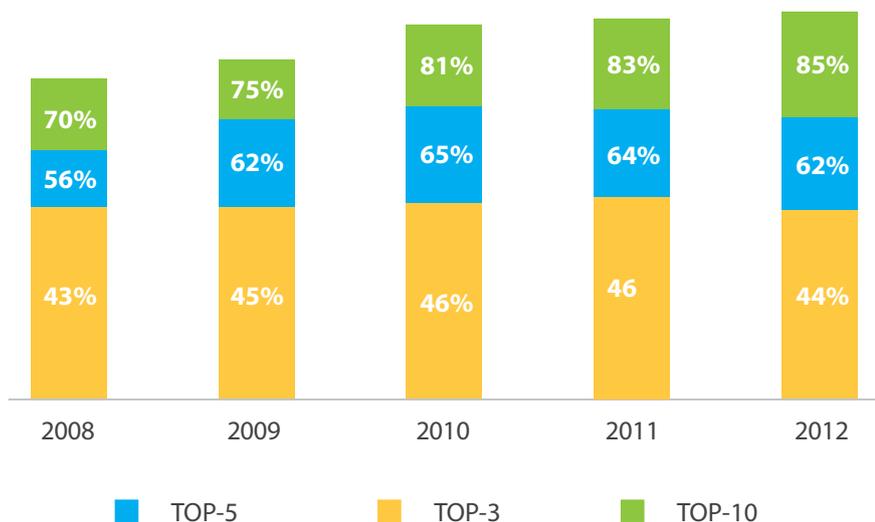
Посмотрим на финансовые результаты работ дистрибьюторов в 2012 году. Одним из индикаторов работы является стоимость акций публичных компаний. В сегменте дистрибуции - это компания Протек: ее акции за 2012 год прибавили более 67%. Причина такого взлета в хороших результатах, которые компания показывала в течение года.

Концентрация дистрибьюторов продолжает расти (рис. 38). В 2012 году доля ТОП-10 дистрибьюторов составила около 85%. При этом наблюдается снижение доли ТОП-3 дистрибьюторов с 46% до 44%. Падение совокупной доли тройки дилеров обеспечено снижением оборота СИА.

Зато более высокими темпами, чем раньше, растут дистрибьюторы второй «пятерки», занимающих места с 6 по 10 строчку.

Рисунок 38

### Концентрация в дистрибьюторском сегменте



Источник: DSM Group. ISO 9001:2008.

В дистрибьюторском звене, так же как и в аптечном сегменте, можно говорить о «переделе» рынка.

Во-первых, в 2012 году произошла смена лидера. Компания Протек вернула себе первое место. В 2012 году Протек показал прирост в 17%, что выше роста рынка в целом. Это позволило дистрибьютору увеличить долю почти на 1% с 15,7% до 16,5%.

«Сенсацией» года стало второе место дистрибьютора Катрен. Компания в последние годы росла существенно выше своих конкурентов и постепенно приближалась к лидерам рынка. На фоне своего роста и падения продаж СИА дистрибьютор занял долю 15%, что выше результата 2011 года на 1,8% по доле. Также стоит отметить, что Катрен - второй дистрибьютор по рейтингу 2012 года с оборотом свыше 100 млрд. руб.

ТОП-3 в 2012 году замыкает дистрибьютор СИА (лидер по итогам 2011 года). Продажи компании снизились почти на 21%, доля упала на 5% с 21% до 12,1%. Падение продаж обусловлено оптимизацией бизнес-процессов: отказа от невыгодных торговых операций, введения понятия «минимального заказа» для аптек и т.п., с тем чтобы увеличить прибыльность компании.

Максимальный прирост демонстрируют дистрибьюторы «второй пятерки» - Пульс, Ориола и БИОТЭК (86%, 43% и 32% соответственно). Компания Пульс в последние годы активно развивает региональную сеть, доведя количество филиалов до 8. Это позволило так существенно вырасти компании по обороту.

Рост компании Ориола обеспечен активным развитием филиальной сети, а также за счет увеличения продаж в госпитальном сегменте. Рост дистрибьютора в 2013 году возможен еще выше за счет выхода компании в сегмент льготного обеспечения. Компания выиграла в ноябре 2012 года тендер на поставку одного из лотов торгов в рамках госпрограммы «Семь нозологий».

Биотэк активно участвует в программе льготного лекарственного обеспечения и является одним из основных поставщиков по подпрограмме «Семь нозологий». Так, на 2013 год компания выиграла более 20 лотов.

Таблица 22

**ТОП-10 дистрибьюторов на фармацевтическом рынке ГЛС**

Рейтинг 2012 г.	Дистрибьютор	Объем, млрд. руб.	Доля	Прирост стоимостного объема
1	Протек	122,8	16,5%	17,0%
2	Катрен	111,8	15,0%	26,5%
3	СИА	89,9	12,1%	-20,8%
4	РОСТА	82,0	11,0%	17,0%
5	Alliance Healthcare	58,5	7,9%	14,4%
6	Р-Фарм	49,3	6,6%	5,2%
7	Oriola	37,4	5,0%	42,6%
8	Пульс	35,6	4,8%	85,6%
9	Биотэк	26,3	3,5%	31,5%
10	Империя-фарма	16,4	2,2%	1,9%

**Источник:** DSM Group. ISO 9001:2008, собственные данные компаний, экспертные данные агентства

**Примечание:** объемы продаж приведены в закупочных ценах аптек с НДС.

Для производителей лекарственных средств одним из основных вопросов в 2012 году, впрочем, как и в предыдущие несколько лет, являлась регистрация предельных отпускных цен на лекарства из списка жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП).

Российские производители должны были ежегодно регистрировать цены в Минздраве по согласованию с Федеральной службой по тарифам. С 2010 года данная возможность ни разу не была осуществлена – ФСТ отказывала в увеличении цен даже на уровень инфляции. В течение года отраслевые организации озвучивали мнение о том, что многие фармкомпании ищут способ выйти из списка поставщиков лекарств ЖНВЛП, так как не видят благоразумной мотивации в нахождении в нем. Во второй декаде ноября 2012 года Минюст зарегистрировал новую методику установления цен на лекарства ЖНВЛП, которая позволит производителям ежегодно увеличивать цены на данные препараты на уровень инфляции – в пределах 6%. Это касается только отечественных лекарств, для импортных индексация не предусмотрена. Таким образом, отечественные производители впервые за долгий срок получили возможность проиндексировать цены на препараты списка ЖНВЛП. Но есть одно «НО» – документы на перерегистрацию цен возможно подавать с 1 января 2013 года. То есть увеличить их можно будет только с 2014 года.

Еще одна проблема, которая в настоящий момент стоит остро перед отечественным производителем лекарств – это внедрение стандартов GMP (Good Manufacturing Practice — GMP). Переход на GMP должен быть завершен к январю 2014 года. Существует вероятность того, что при отсутствии финансовых ресурсов для внедрения стандартов GMP, к установленному сроку многие небольшие российские компании, которые в настоящее время производят лекарства по низким ценам, будут вынуждены остановить свое производство. В настоящий момент только около 10% предприятий полностью работают по стандартам GMP. Это, как правило, предприятия со смешанным капиталом, а также предприятия, изначально построенные в соответствии с международными стандартами качества. Еще 40% предприятий, имеющих действующую систему качества и отдельные производственные участки которых работают по GMP, имеют план перехода на стандарты. Оставшиеся 50% фармпредприятий не приступили к внедрению GMP и система обеспечения качества и программа модернизации у них отсутствует.

Минувший год оказался не самым обильным по количеству сделок M&A в области отечественного фармпроизводства. Но все же можно сказать об одном рекорде — суммы, за которые были выставлены на продажу активы, превышают показатели прошлых лет. В конце марта 2012 стало известно, что ГК «Ренова» продает 100% ЗАО «Натур Продукт Интернэшнл». Покупатель — канадская компания Valeant Pharmaceuticals International. Сумма сделки — 180 млн долл. Таким образом, данная сделка стала крупнейшей на российском рынке – до этого такой являлась покупка «Фармстандартом» в 2006 году компании «Мастерлек» за 146 млн. дол.

«Фармстандарт» также проявил в уходящем году активность — три сделки, суммарная стоимость которых составила более 80 миллионов долларов. В июле компания сообщила о приобретении 50,1% акций кипрской Bigpearl Trading Limited. С ее покупкой «Фармстандарт» получил возможность определять условия деятельности входящих с ним в одну группу лиц ОАО «Биомед» им. И.И.Мечникова и ООО «Фармапарк». В сентябре 2012 года ФАС выдала разрешение «Фармстандарту» на покупку ЗАО «Фармацевтическая фирма «Лекко», сделка по которой была закрыта в ноябре.

Стоит отметить факт продажи немецким фармацевтическим холдингом Stada AG двух производственных активов в РФ – московского завода ООО «Макиз-фарма» и расположенного в Рязанской области ООО «Скопинский фармацевтический завод». Контракт с российской компанией ООО «ДМН инвест» был подписан в августе 2012 года. При этом производство

всей продукции, бывшее на данных предприятиях, планируется постепенно перевести на другие российские площадки компании. Процесс трансфера будет завершен к 2015 году.

В 2013 году возможна еще одна крупная сделка. Осенью американский фармгигант Abbott направил в ФАС России заявку на одобрение сделки по покупке ООО «НПО Петровакс Фарм». По оценкам экспертов, сумма сделки может составить 140 млн. долл.

Из иностранных сделок стоит отметить приобретение Actavis Group американской фармацевтической компанией Watson за 4,25 миллиарда евро. После закрытия сделки Watson может стать третьим по величине производителем дженериков в мире с ежегодным доходом в \$8 млрд.

В январе 2012 года STADA объявила о получении разрешения антимонопольных органов на приобретение у Grünenthal GmbH ряда брендированных препаратов. Заявленная стоимость сделки 152 млн. евро. Приобретенный продуктовый портфель состоит из 14 собственных и лицензионных брендов. Эта покупка позволила компании подняться на несколько позиций в ТОПе фирм на фармацевтическом рынке России.

Рейтинг производителей лекарств в России на 95% представлен импортными производителями. Доля лекарств импортного производства в целом на рынке составляет 75,9% в деньгах и 40,5% в упаковках. Как уже отмечалось выше, рост лекарственного сегмента в целом составил 11%, при этом в упаковках рост составляет 1,3%. Такой низкий рост в натуральном выражении обеспечен отрицательным приростом продаж упаковок лекарств отечественного производства (падение составляет -4%), тогда как продажи импортных лекарств выросли в упаковках на 11%.

Рейтинг ТОП-20 производителей довольно стабилен, перемещения по рейтингу наблюдаются в пределах 1-2 позиций. Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2012 году составила 52,5%.

Тройка лидеров в 2012 году не поменялась по сравнению с 2011 годом. Верхнюю позицию занимает корпорация NOVARTIS – в 2012 году доля сегментов, финансируемых государством, заметно снизилась, объем продаж упал более чем на 30%. При этом высокие продажи в розничном сегменте (доля в общем обороте 77%) позволили компании удержать первую строчку, несмотря на то, что в целом объем продаж производителя практически не изменился.

Второе место у компании SANOFI. На государственные закупки у производителя приходится порядка 30% продаж, но объем его также сократился в 2012 году относительно 2011 года.

Отечественный производитель ФАРМСТАНДАРТ занимает третью строчку. Его продажи практически не изменились по сравнению с 2011 годом. Это произошло за счет того, что ведущий препарат компании Арбидол упал в продажах.

**ТОП-20 фирм-производителей по объему продаж  
на фармацевтическом рынке России в 2012 году**

Рейтинг 2012г.	Изменение	Фирма-производитель	Стоимостной объем, млн. руб. 2012 г.	Прирост стоимостного объема	Доля
1	-	NOVARTIS	42 373,4	0,6%	5,5%
2	-	SANOFI	40 257,3	6,3%	5,2%
3	-	ФАРМСТАНДАРТ	27 630,2	0,4%	3,6%
4	-	F.HOFFMANN-LA ROCHE	23 674,5	10,1%	3,1%
5	-	TEVA PHARMACEUTICAL	22 880,8	6,7%	3,0%
6	+ 1	TAKEDA	22 249,4	16,7%	2,9%
7	+ 4	ABBOTT	21 874,3	34,3%	2,8%
8	-	BAYER	20 707,3	12,4%	2,7%
9	- 3	BERLIN-CHEMIE	20 702,9	2,0%	2,7%
10	-	MERCK	18 188,0	7,5%	2,4%
11	+ 2	PFIZER	17 577,2	18,8%	2,3%
12	- 3	GEDEON RICHTER	17 485,5	2,0%	2,3%
13	- 1	GLAXOSMITHKLINE	16 983,9	11,0%	2,2%
14	-	SERVIER	15 688,2	7,9%	2,0%
15	-	JANSSEN PHARMACEUTICA	15 373,8	8,5%	2,0%
16	+ 2	STADA	13 305,2	14,1%	1,7%
17	- 1	BOEHRINGER INGELHEIM	13 282,7	11,6%	1,7%
18	+ 1	KRKA	13 073,5	12,2%	1,7%
19	- 2	ASTRAZENECA	11 283,0	-3,5%	1,5%
20	-	ASTELLAS PHARMA	10 903,7	27,2%	1,4%

**Источник:** DSM Group. ISO 9001:2008

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

Фирмы-производители, представленные в рейтинге, основной объем продаж делают за счет коммерческого сегмента – в целом доля сегмента составляет 69,5%. Из компаний, продажи которых более чем на 70% сосредоточены в гос. закупках, можно отметить только F.HOFFMANN-LA ROCHE (85%).

Максимальный прирост демонстрируют компании ABBOTT (+34%) и ASTELLAS PHARMA (27%). Компания ABBOTT увеличила свои продажи за счет госпитального сегмента. Это позволило компании подняться на 4 строчки вверх и занять 7 позицию (максимальное изменение в рейтинге). ASTELLAS PHARMA показала такой значительный прирост за счет сегмента коммерческих аптечных продаж, продажи в котором выросли на 30%.