

Вступительное слово



*Сергей Шуляк
Генеральный директор DSM GROUP*

Фармацевтический рынок – это не только лекарственные препараты, прибыль, аптеки, бюджетные деньги, логистика и производство. Это, прежде всего, социальная составляющая нашей отрасли, которая остаётся значимой. И как раз сейчас мы это продолжаем наблюдать. Лекарственное обеспечение и госфинансирование терапии COVID-19 – одни из главных факторов роста рынка в период пандемии.

Раньше мы всегда выделяли события, которые характеризовали прошедший год и являлись драйверами изменений на рынке. Когда-то это был кризис, в другой год – рост курса валют и, как следствие, высокая инфляция, банкротство или, наоборот, появление значимого игрока на рынке. И каждый раз это было что-то новое.

Сейчас второй год подряд мы, в большей степени, говорим только про коронавирус и все что с ним связано: удачи с вакциной, поражения, связанные с высокой смертностью, новые штаммы и т.д. Поэтому кажется, что и финала у 2021 года не было.

Мы подготовили для вас традиционный ежегодный обзор российского фармацевтического рынка с основными цифрами и фактами за 2021 год. Делая прогнозы на 2022 год, ждем перемен! Каких? Увидим вместе.

Содержание

Резюме	3
1. Объём фармацевтического рынка России	6
2. Коммерческий сегмент ЛП	15
3. Льготное лекарственное обеспечение	39
4. Объём закупок лекарств ЛПУ	56
5. Биологически активные добавки	71
6. Косметика (аптечные продажи)	86
7. Аптечные сети	98
8. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка	109
9. Производство лекарственных средств	116

DSM Group

Генеральный директор
Сергей Шуляк

**Директор отдела
стратегических исследований**
Юлия Нечаева

Аналитик
Ирина Шаропова

PR-директор
Жаля Гаджиева

Аналитический отчет
Фармацевтический рынок РОССИИ
Итоги 2021 г.

Адрес:
125124, Москва, 5-ая ул. Ямского Поля, д. 7 стр. 2

Телефоны:
+7 (495) 780-72-63, +7 (495) 780-72-64

www.dsm.ru
www.dsmgifts.ru

Резюме

Ничего не изменилось. Пандемии так быстро не заканчиваются. Наоборот, распространение коронавирусной инфекции в 2021 году было более сильным: мутирующие штаммы приводили к новой волне роста инфицированных. В результате количество заболевших в России только по официальным данным выросло в 1,3 раза относительно 2020 года, а смертность увеличилась в 3,2 раза.

Да, меньше ограничений, вектор внимания смещен на вакцинацию и необходимое медикаментозное лечение. В результате темп роста фармацевтического рынка был максимальным с 2013 года, а по госсегменту такой высокой динамики не наблюдалось никогда (разве что можно вспомнить 2005 год, когда появился новый сегмент рынка – льготное лекарственное обеспечение, финансируемое из федерального бюджета).

Интересно, что к темам года (по опросу «Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ)») помимо коронавируса (38%) добавилась тема увеличения цен (34% опрошенных ее отметили). Действительно, инфляция в целом по стране составила 8,4% (наибольший показатель с 2015 года). Для лекарств индекс цен был заметно ниже – 3,7%. Причин несколько: основной рост цен на лекарственные средства был в конце 2020 года; половина ассортимента находится под контролем государства; в 2021 году заметную роль играла конкуренция (в том числе и с «новым каналом» – онлайн-продажами), которая также являлась дополнительным фактором сдерживания цен.

Основные законы, которые в том числе не позволили допустить ухудшения лекарственного обеспечения, были приняты еще в 2020

году – это и закон о заморозке цен на лекарства во время эпидемий, и закон о дистанционной продаже лекарств, а также введение процедуры ускоренной регистрации лекарств и медизделий в случае возникновения чрезвычайной ситуации.

В продолжении темы безопасности лекарственного обеспечения в 2021 году была утверждена методика расчёта компенсации за использование изобретения без согласия патентообладателя, а это значит, что появилась возможность для отечественных производителей выводить аналоги оригинальных препаратов до окончания патента с разрешения Правительства России в условиях эпидемий и пандемий.

Еще одним законопроектом, который может дать преференции российским компаниям, является механизм «второй лишней». Это более строгая вариация уже действующего правила «третьей лишней». Преимущество на торгах будут отдавать производителям полного цикла, которые используют субстанции, синтезированные на территории ЕАЭС. Механизм вначале заработает при закупках 15 препаратов из Перечня стратегически значимых лекарственных средств.

Все эти законы должны помочь в достижении одной из основных целей Стратегии «Фарма-2030» по локализации не только лекарственных препаратов на территории России, но и активных фармацевтических ингредиентов, используемых для их производства.

Объем фармацевтического рынка России в 2021 году составил 2 295 млрд руб. (без учёта вакцин против Covid-19), что на 12,7% выше, чем показатель 2020 года. С учётом

финансирования коронавирусной вакцины ёмкость превысила 2 374 млрд руб. (+16,5% к 2020 году). Объем продаж лекарств в натуральном выражении упал на 6% и составил 5,6 млрд упаковок.

Государственные закупки лекарств второй год подряд остаются драйвером роста за счёт дополнительного финансирования национальных проектов, а также выделения средств на закупку препаратов для лечения коронавирусной инфекции. Сильнее всего в 2021 году выросли закупки лекарственных препаратов для ЛПУ. Основной прирост обеспечила закупка необходимых лекарственных средств, рекомендованных для лечения Covid-19 (в целом за год 142 млрд руб. и дополнительный прирост сегмента на 30%).

Отдельно отметим старт в 2021 году нового проекта - Фонда поддержки детей «Круг добра», в рамках которого было закуплено необходимых лекарств на сумму 25 млрд руб. В первую очередь это дорогостоящие лекарственные средства для тяжёлых и редких заболеваний, в том числе в рамках фонда закупаются и препараты, которые не зарегистрированы в России.

Динамика в коммерческом сегменте ЛП в 2021 году в целом была более-менее прогнозируемой: для основной части лекарственных средств восстановление потребительского спроса (без учета нестабильного 1 квартала как в 2020 году, так и в 2021 году, прирост составил +9%); для препаратов, входящих в список рекомендуемых для лечения коронавируса, высокая зависимость спроса от уровня заболеваемости (и в целом по году общий объем вырос только на 2%).

Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента выросли на 4%. Драйвером

роста стали такие типы товара, как биологически активные добавки (в частности витамины и препараты для повышения иммунитета), изделия медицинского назначения и косметика. Остальные группы показали отрицательную динамику.

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2021 года составила 55,0% в рублях и 32,7% в упаковках. Динамика рынка в натуральном выражении была отрицательной и у препаратов, произведённых на территории России (-7%), и у препаратов иностранного производства (-3,6%). В рублёвом выражении локализованные препараты выросли на 18%, тогда как импортные средства – на 11%.

Covid-19 в 2021 году оказал заметное влияние на рейтинг производителей. Даже в тройке лидеров произошла ротация. Первое место занял Bayer, далее расположились Sanofi, Novartis. Максимальный прирост из ТОП-20 показали отечественные компании «Биокад», «Р-Фарм», «Фармасинтез».

По данным на конец декабря 2021 года в стране работало 65,6 тыс. аптек. Это на 1,7% выше, чем годом ранее (+1 080 точек). В 2021 году процесс консолидации основных игроков продолжился, и системообразующей стала сделка по покупке дистрибутором «Катрен» аптечной сети «Эркафарм». В результате доля ТОП-20 игроков выросла до 69%. Первую строчку рейтинга занимает «АСНА» (13,9%), объединяющая около 16 тыс. аптек. Среди «традиционных» сетей максимальную долю занимает аптечная сеть «Ригла» - 7,7%, увеличив долю на 1%.

С разрешения «онлайн»-торговли рынок стал интересен «новым» игрокам: «Озон», «Вайлด์берриз», «Яндекс», «Почта России», продук-

товому ретейлу с уже известными своими интернет-площадками. Сложно ожидать, что этот канал приведет к дополнительному росту продаж лекарственных средств, но точно заберет на себя часть оборота аптек. Объем аптечного eCom в 2021 году составил порядка 126,4 млрд руб. (совокупно ЛП и парафармацевтика), что соответствует 8,7% от емкости аптечного рынка. Если динамика продаж на рынке в целом – это порядка 3,5%, то оборот, который пришелся на «онлайн», вырос по сравнению с 2020 годом на 36%.

Ротации в дистрибуторском звене продолжают. В 2021 году первое место сохранил дистрибутор «Пuls», заняв 14,7%. На второе место поднялся дистрибутор «Катрен» - доля 13,0%. ТОП-3 замыкает дистрибутор «Протек» с долей 12,6%. По итогам года со-

вокупная доля 10 крупнейших дистрибуторов на фармацевтическом рынке снизилась до 72% за счет более высокой динамики по компаниям, которые сосредоточены в бюджетном сегменте.

По нашим прогнозам, в 2022 году емкость рынка составит 2 382 млрд руб. (без учета сегмента вакцин против Covid-19), что только на 4% выше, чем в 2021 году. Низкая динамика должна быть связана с улучшением эпидемиологической обстановки в стране во второй половине года, а, значит, и в снижении доли потребления препаратов, рекомендованных для лечения коронавирусной инфекции. Хочется, чтобы фармрынок (и мир) начали двигаться в сторону выхода из «коронакризиса».

1. Объём фармацевтического рынка России

Уже третий год мы живём в условиях пандемии коронавирусной инфекции. И это основной фактор, который влияет на развитие любой отрасли, в том числе и на экономику в целом. 2020-2021 годы показали, что одно из главных последствий Covid-19 – это «неопределённость». А, следовательно, невозможность делать какие-то прогнозы в таких условиях. Причём это касается и таких макропоказателей, как ВВП или инфляция. Но также прогнозирование затруднено и для самой связанной с пандемией отрасли – фармацевтики.

Действительно, потребление лекарственных препаратов напрямую зависит от уровня заболеваемости. Раньше по основным классам болезней накопленная статистика позволяла делать реалистичные прогнозы, и на рост продаж могли повлиять только дополнительные меры, например, увеличение диагностики и профилактики или выделение дополнительного финансирования на какую-нибудь нозологию. Научные методы даже позволяли спрогнозировать вспышки ОРВИ и гриппа, которые заведомо приводили к увеличению спроса на необходимые группы лекарств. Covid-19 разрушил устоявшиеся тренды и связи, повлияв на структуру потребления как в розничном звене, так и в тендерных закупках. Численность заболевших, уровень госпитализации, список препаратов, рекомендованных для лечения коронавирусной инфекции (с апреля 2020 года введена уже 14 версия «Временных методических рекомендаций по лечению Covid-19»), новый штамм, кото-

рый может заметно изменить первые показатели – вот те факторы, которые сейчас не поддаются прогнозированию, но влияют на объём фармацевтического рынка.

И, конечно, не стоит забывать о том, что в 2021 году мы получили дополнительный сегмент рынка – это производство вакцин для профилактики коронавирусной инфекции. По итогам 2021 года в России применяется уже не одна вакцина. Три института зарегистрировали свою продукцию и входят в список для вакцинации. В январе 2022 года ФГУП «СПбНИИВС ФМБА», которое стало четвёртой компанией, подало документы на регистрацию новой вакцины против COVID-19 под торговым названием «Конвасэл».

Действующие вакцины ещё в конце 2020 года были внесены в список ЖНВЛП, а, следовательно, по ним была зарегистрирована предельная отпускная цена: «Гам-КОВИД-Вак (Спутник V)» и «КовиВак» – предельная цена за две дозы без НДС примерно 866 руб., комплект «ЭпиВакКороны» – 842 руб.

За 2021 год уровень вакцинации в России составил примерно 50%. На конец декабря было привито полным курсом более 73 млн россиян. Соответственно, затраты государства на компенсацию по вакцинации от Covid-19 составили порядка 79,5 млрд рублей (дополнительный прирост государственного сегмента лекарств на 12%). Заметим, что в конце 2021 года был утверждён новый национальный календарь профилактических прививок и прививок по эпидемическим показаниям, в который

была включена и вакцина от коронавирусной инфекции. Следовательно, затраты на приобретение этой вакцины станут теперь ежегодными.

Отдельно стоит обратить внимание, что Covid-19 не только приводит к росту объёмов фармацевтического рынка, связанного с лечением заболевания, но в тоже время оказывает негативное влияние на показатель численности населения. Дополнительная смертность из-за коронавирусной инфекции являлась одним из главных факторов снижения численности населения в 2020 году (на 500 тыс. чел.). Численность населения на 1 января 2022 года составила 145,48 тыс. человек, а это ещё минус почти 700 тыс. человек. В общей сложности от Covid-19 в 2021 году скончались около 518 тыс. человек. Высокая избыточная смертность коснулась в первую очередь россиян старшего возраста, что ведёт к сокращению как числа аптечных покупателей в целом, так и к перераспределению долей покупателей по потребительскому поведению.

Коронавирус – хоть и главная, но далеко не единственная тема года. В ТОП-3 должны войти ещё вопросы государственного регулирования (маркировка, принудительное лицензирование) и изменение конъюнктуры аптечного рынка (из-за разрешения онлайн-торговли безрецептурными лекарственными средствами). Хотя все они так или иначе тоже связаны или спровоцированы Covid-19.

Маркировка лекарственных препаратов, ещё год назад пугающая и непредсказуемая для производителей и аптек, в 2021 году стала уже привычной. Процесс можно назвать отлаженным. Удобным остаётся уведомительный режим передачи данных в систему для аптек: покупателю не приходится ждать лишнее время у кассы, меньше риск дефици-

та лекарств в аптеке из-за возможных ошибок в системе в цепочке дистрибутор-аптека. Минпромторг даже выступил с предложением сделать такой режим бессрочным.

С другой стороны, любой процесс требует контроля и в случае его нарушения – наказания. С 1 декабря 2021 года вступил в силу закон, который регламентирует штрафные санкции за нарушение требований о маркировке товаров. Документом устанавливается, что производство или продажа лекарственных препаратов без маркировки или с нарушением порядка её нанесения, если эти действия не содержат признаков преступления, влекут штраф для должностных лиц в размере от 5 тыс. до 10 тыс. рублей с конфискацией предметов административного правонарушения, а для юридических лиц – от 50 тыс. до 100 тыс. рублей с конфискацией. Несвоевременное внесение данных в систему мониторинга движения лекарственных препаратов для медицинского применения или внесение в неё недостоверных данных будет наказываться штрафом для должностных лиц в размере от 5 тыс. до 10 тыс. рублей, для юридических лиц – от 50 тыс. до 100 тыс. рублей.

После успешного завершения учёта движения лекарственных препаратов, государство планирует расширить группы медицинский товаров, которые попадут под систему маркировки. Пилот по маркировке БАД начался 1 мая 2021 года, а завершить его планируют 31 августа 2022 года. 1 августа 2021 года был дан старт добровольному эксперименту по маркировке антисептиков и антибактериальных средств для гигиены рук. Он продлится до 31 августа 2022 года. Следующими по включению в обязательную маркировку могут стать медизделия и медоборудование (абсорбирующие изделия, коронарные стен-

ты, слуховые аппараты и ортопедическая обувь, магнитно-резонансные томографы, рентген-установки, УЗИ-аппараты). Но даты начала процесса по этим группам пока не объявлялись.

Полноценное лекарственное обеспечение зависит от возможности в полной мере и своевременно обеспечить потребителя необходимыми препаратами. Актуальным этот вопрос особенно становится в условиях пандемии. И Covid-19 это ярко продемонстрировал. Поэтому вопрос о доступе на рынок аналогов, ещё находящихся под патентной защитой препаратов, опять был поднят. В результате осенью 2021 года была утверждена методика расчёта компенсации за использование изобретения без согласия патентообладателя, согласно которой компенсация составит 0,5% выручки, полученной от производства и реализации продукции с использованием изобретения. Установлен и порядок выплаты компенсации – в виде ежегодных платежей в течение времени, пока действует решение Правительства о принудительном лицензировании. Воспользоваться этим положением можно только с разрешения Правительства России, когда оно выдаёт разрешение на производство копий запатентованных товаров, необходимых для обороны, безопасности государства, охраны жизни и здоровья граждан, в том числе в условиях эпидемий и пандемий.

Размер компенсации не соизмерим с возможной прибылью компании при любой другой форме сотрудничества, начиная от передачи права на использование патента по договору, локализации производства на отечественной площадке и т.п. Отметим, что такое разрешение было выдано в 2020

году АО «Фармасинтез» на производство лекарства против Covid-19 «Ремдесивир», принадлежащее американской компании Gilead Sciences. Разрешение было дано сроком на один год. Но пока размер компенсации за использование не определён.

С апреля 2020 года в России также действуют особые условия регистрации для препаратов, применяемых при ЧС и угрозе распространения опасных заболеваний. Такие препараты можно регистрировать по ускоренной схеме – до завершения всех этапов клинических исследований. По этому механизму регистрировались вакцины от коронавируса, препараты «Фавипиравир» и «Левелимаб». Постановление правительства РФ №441, утвердившее такой режим, действовало до 1 января 2022 года, но Минздрав предложил продлить его до 1 января 2023 года. Дополнительно прорабатывается вопрос об установлении особенностей ввода в оборот высокотехнологичных препаратов, который будет действовать на постоянной основе. Ускоренная экспертиза будет доступна для орфанных препаратов; препаратов, предназначенных исключительно для несовершеннолетних; для представляющих особую значимость для здоровья населения лекарств. Со дня подачи заявления на регистрацию препарата до выдачи регуляторного одобрения на него должно пройти не больше 150 дней.

В апреле 2020 года был принят закон, дающий право аптечным организациям осуществлять торговлю лекарствами дистанционным способом. Вначале, на аптеки были наложены определённые условия (не менее 10 точек в сети, собственный сайт компании, лицензия от года и выше), которые ограничивали доступ к этому сегменту части компаний. Но с сентября 2021 года

были приняты поправки к закону, дающие право на дистанционную торговлю и доставку безрецептурных препаратов для единичных аптек и небольших сетей, с допуском маркетплейсов к интернет-продажам. Эти изменения в законодательстве не только обеспечили возможность организовать дистанционную торговлю аптечным сетям, но и открыли доступ к фармацевтическому рынку крупнейшим игрокам онлайн-ритейла, некоторые из которых получили аптечные лицензии, и стали включать в свой ассортимент безрецептурные препараты.

Многие из маркетплейсов (Ozon, Wildberries, «СберМаркет» и другие) успешно вышли в конце 2020-го на онлайн-рынок безрецептурных препаратов. В 2021 году список продолжил пополняться: присоединились «Почта России», «AliExpress Россия», а с декабря – X5 Retail Group с маркетплейсом Vprok. В результате сейчас аптечный сегмент рынка находится в процессе трансформации. Приход новых, «так называемых непрофильных», игроков увеличивает конкуренцию, а при низких показателях роста розничных продаж ещё и снижает выручку традиционных аптек.

Развитие онлайн-канала продолжится. Тем более, активно идёт обсуждение расширение дистанционной торговли и на рецептурные лекарственные средства. Повсеместное и успешное внедрение в процесс оборота электронных рецептов позволит склонить чашу весов в пользу принятия такого решения. В 2022 году начнутся пилотные программы по продаже через интернет и доставке на дом лекарств, которые отпускаются по рецепту врача в Москве, Подмосковье и Белгородской области. Некоторые виды рецептурных лекарств по-прежнему

нельзя будет купить онлайн. К таким исключениям отнесли: наркотические, психотропные вещества и их прекурсоры, сильнодействующие препараты, содержащие малые количества наркотических средств, спиртосодержащие лекарства с объёмной долей этилового спирта более 25%, радиофармацевтические и иммунобиологические препараты. В случае успеха пилотов их могут распространить на всю страну.

Кстати, у онлайн-канала есть важный плюс для потребителя – это возможность выбора точки продажи с наиболее оптимальной для себя ценой. В результате развития и увеличения доли такого способа покупки побочным эффектом стал процесс сдерживания цен, и в итоге невысокая инфляция на лекарства за год. В целом лекарственные средства в 2021 году подорожали на 3,7% (это в 2 раза ниже показателя 2020 года).

Сможет ли фармрынок и в 2022 году сдерживать инфляцию – вопрос остаётся открытым. Но вероятность роста стоимости лекарств и высокого показателя индекса цен очень высока. На это влияет множество факторов: внешнеэкономическая конъюнктура, рост курса валюты, законодательные инициативы, касающиеся импортных препаратов, рост цен на сырьё и субстанции. В результате опять же рынок может столкнуться с проблемой «вымывания» определённого ассортимента, так как дальнейший выпуск недорогих лекарств из перечня ЖНВЛП может оказаться под вопросом у многих производителей. При этом показатель инфляции на лекарства имеет определённую цикличность: после года с низкой инфляцией на следующий год мы имеем более высокий рост уровня цен.

В итоге ценовые факторы останутся преобладающими в структуре роста фармацевтического рынка в денежном выражении.

По итогам 2021 года объём рынка достиг 2 295 млрд руб. (без учёта вакцин против Covid-19). Динамика в денежном выражении составила 12,7%. С учётом финансирования коронавирусной вакцинации ёмкость превысила 2 374 млрд руб. (+76,5% к 2020 году). Государственные закупки лекарств второй год подряд остаются драйвером роста за счёт дополнительного финансирования национальных проектов, а также выделения средств на закупку препаратов для лечения коронавирусной инфекции.

В долларах и евро в 2021 году рынок показал положительную динамику. На фоне роста фармрынка в рублёвом выражении и увеличения курса валют часть прироста была скомпенсирована. В долларовом выражении в 2021 году объём составил 31 млрд долл., что на 9% выше, чем за год до этого. В евро динамика рынка ниже +5%, и общий объём превысил 26 млрд евро.

В упаковках потребление лекарственных препаратов осталось в отрицательной зоне. Сокращение было по коммерческому сегменту (-8%). В государственных закупках за счёт роста обеспечения лечебно-профилактических учреждений прирост положительный – около 3%. В 2021 году объём потребления лекарств в натуральном выражении упал в целом на 6%, и составил 5,6 млрд упаковок.

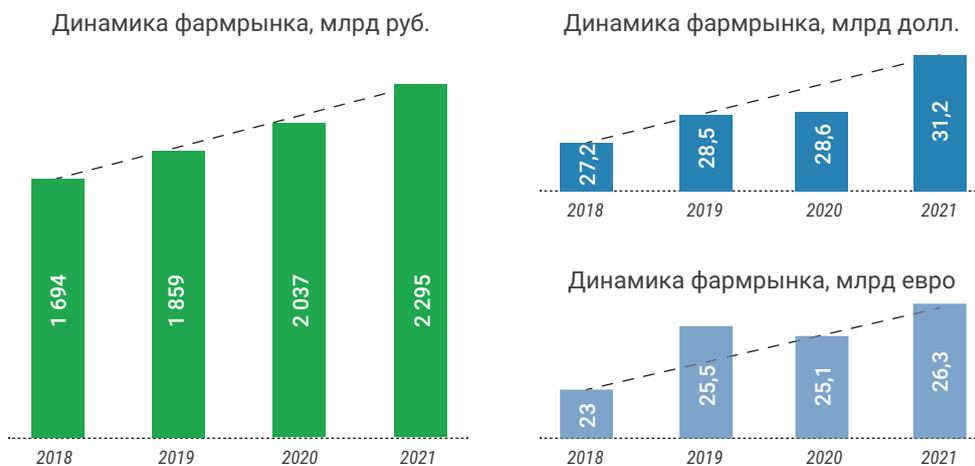
На рисунке 2 представлена динамика объёма фармацевтического рынка России в 2020-2021 годах в разрезе сегментов (без учёта вакцин против Covid-19).

Государственный сектор – объём рынка, обеспеченный государственными деньгами, – госпитальные закупки, льготное лекарственное обеспечение (включая программы ВЗН, ОНЛС) и региональная льгота – занимает 42% объёма рынка лекарств. В 2021 году этот показатель вырос на 6 процентных пунктов.

Сильнее всего в 2021 году выросли закупки лекарственных препаратов для ЛПУ до

Рисунок 1

Динамика фармрынка



586 млрд руб. (+47%). Основной прирост обеспечила закупка необходимых лекарственных средств, рекомендованных для лечения Covid-19. Если в 2018-2019 годах объём включённых в список МНН не превышал 10 млрд руб., то в 2021 году на них пришлось 142 млрд руб. Таким образом, закупка препаратов от коронавирусной инфекции дала дополнительно 30% прироста в общем объёме обеспечения нужд ЛПУ лекарствами. Без этого фактора прирост составил бы около 17%. И в большей мере он был бы обеспечен дополнительным финансированием, выделенным для Фонда поддержки детей «Круг добра», и закупкой в 2021 году необходимых лекарств на сумму 25 млрд руб.

Закупки по льготе за счёт региональных средств выросли на 13,6% относительно 2020 года. Объём федеральной льготы был выше на 3%, чем годом ранее.

Динамика в коммерческом сегменте ЛП в 2021 году имела несколько основных трендов. Если в 2020 году на структуру продаж лекарств влияли такие факторы, как ограничительные меры, проблемы с поставками и дефектура при повышенном спросе при ро-

сте заболеваемости – и всё это приводило к смещению спроса в сторону «ковидных» препаратов, то в 2021 году наблюдалось восстановление потребительских предпочтений на уровне 2019 года, и уже потребление многих групп препаратов не зависело от количества заболевших Covid-19. При этом новая волна распространения заболевания приводила только к дополнительному росту аптечных продаж.

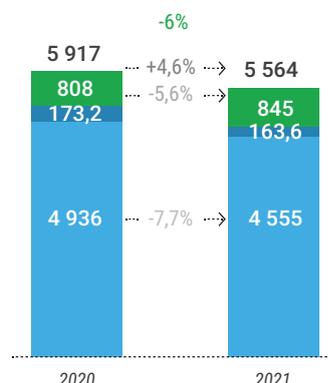
По результатам 2021 года ёмкость коммерческого рынка лекарственных препаратов составила порядка 4,56 млрд упаковок или 1 166 млрд рублей. При сравнении с 2020 годом объём продаж лекарств в упаковках сократился на 7,7%. В стоимостном выражении реализация выросла всего на 3,4% относительно прошлого года. Такая низкая динамика в первую очередь обусловлена высокими продажами марта 2020 года – на фоне роста курсов валют и введения ограничительных мер из-за пандемии Covid-19 спрос на лекарства оказался самым большим за последние 10 лет (+46,1% в руб. и +35,2% в упак.). А в 2021 году рынок вышел в положительную зону только к осени.

Ёмкость фармрынка млрд руб. в ценах конечного потребления



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

Ёмкость фармрынка млн упак.



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

Рисунок 2

Ёмкость фармацевтического рынка

Аптечные продажи парафармацевтического ассортимента выросли на 4%, и составили 289 млрд руб. Драйвером роста стали такие типы товара, как биологически активные добавки (в частности витамины и препараты для повышения иммунитета), изделия медицинского назначения и косметика. Остальные группы показали отрицательную динамику.

Рынок в цифрах

Доля лекарств импортного производства в целом на рынке по итогам 2021 года составила 55,0% в рублях и 32,7% в упаковках. Динамика рынка в натуральном выражении была отрицательной и у препаратов, произведённых на территории России (-7%), и у препаратов иностранного производства (-3,6%). В рублёвом выражении локализованные препараты выросли на 18%, тогда как импортные средства – на 11%.

Структура рынка лекарств по типу отпуска выросла в пользу рецептурных препаратов. Около 71% в денежном эквиваленте приходится на Rx-препараты. Но за счёт более низкой цены ОТС-препараты преобладают

в упаковках, и их доля составляет 51,3%. Заметим, что в 2021 году доля рецептурных препаратов выросла на 4% в стоимостном выражении: такая динамика обеспечена высоким приростом закупок в государственном сегменте. Основной объём продаж безрецептурных препаратов реализуется через аптеки (около 95% в рублях от объёма ОТС-препаратов). В государственном сегменте реализуются в основном Rx-препараты – они занимают более 97% от объёма потребления в тендерных закупках.

Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты (ЖНВЛП) – перечень лекарственных препаратов, утверждаемый Правительством РФ в целях государственного регулирования цен на лекарственные средства. С 2021 года список был расширен, и доля препаратов ЖНВЛП на рынке выросла с 56% до 63% в стоимостном выражении. В упаковках доля ЖНВЛП составляет 61,5% (+8,3% к 2020 году).

В 2021 году доля оригинальных препаратов составила 44,4% в стоимостном выражении и 17,1% в натуральном. При этом относительно 2020 года доля продолжает увеличиваться

Рисунок 3

Структура рынка в различных разрезах, 2021 год

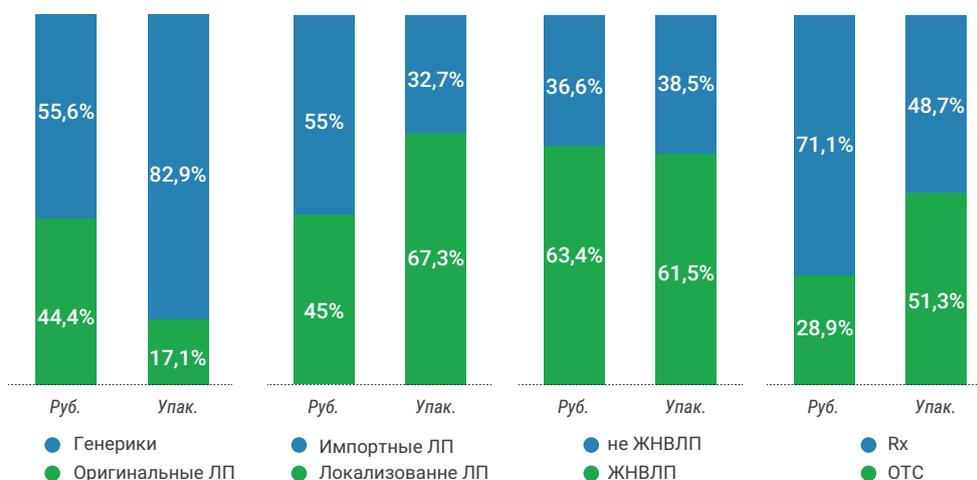


Таблица 1

Структура продаж
ЛП по АТС-группам,
2021 год

АТС-группы I-го уровня	Доля группы в стоимостном объёме	Доля группы в натуральном объёме
L: Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы	17,57%	1,93%
A: Пищеварительный тракт и обмен веществ	14,10%	15,28%
J: Противомикробные препараты для системного использования	14,03%	11,40%
B: Препараты, влияющие на кроветворение и кровь	9,66%	7,09%
C: Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы	9,02%	12,76%
R: Препараты для лечения заболеваний респираторной системы	7,93%	13,85%
N: Препараты для лечения заболеваний нервной системы	7,77%	13,89%
M: Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы	6,57%	6,99%
G: Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны	4,04%	1,77%
D: Препараты для лечения заболеваний кожи	3,52%	8,32%
S: Препараты для лечения заболеваний органов чувств	1,87%	2,29%
V: Прочие препараты	1,43%	0,79%
Без АТС	1,41%	2,17%
H: Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны)	0,93%	1,12%
P: Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты	0,13%	0,35%

ваться в упаковках (+1,2%). Такой динамике способствовало увеличение финансирования в госсегменте на закупку дорогостоящих лекарственных средств.

Рейтинг АТС в 2021 году возглавила группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы», которая включает в себя дорогостоящие препараты. За счёт увеличения финансирования в госсегменте объём потребления лекарственных средств данной группы вырос: +26%. Основным каналом, за счёт которого финансируется отпуск противоопухолевых препаратов, являются программы льготного лекарственного обеспечения (федеральная и региональная льготы) – 32% и госпитальные закупки – 58%. За счёт собственных средств потребители покупают только более дешёвые иммуномодуляторы.

Группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» сохранила за собой 2 строчку, её доля составляет 15,0%, но динамика объ-

ёма продаж группы одна из самых низких – около 7%. Основным каналом, через который реализуются лекарства данной группы, является аптечный сегмент – 76% в рублях приходится на приобретение лекарственных препаратов за счёт средств населения.

Группа [J] «Противомикробные препараты для системного использования» выросла на 15%, и расположилась на 3 месте. 59% закупается для нужд больниц, доля продаж в аптечном сегменте составила 37%, также показав высокую динамику, спровоцированную Covid-19. Остальной объём приходится на льготный сегмент.

Группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» выросла сильнее всего – на 42%, и поднялась с 7 строчки на 4 место в рейтинге. Такая динамика обеспечена высокой долей в данной группе препаратов, рекомендованных для лечения Covid-19 (около 47%).

2. Коммерческий сегмент ЛП

2021 год закончился, но с уверенностью можно сказать, что основным фактором, как и в 2020 году, который влияет на нашу жизнь, остаётся Covid-19. В 2022 год мы входим с распространением нового штамма «омикрон» и растущим уровнем заболеваемости. А значит, аптечные продажи будут расти, в том числе и за счёт лекарственных препаратов, которые рекомендованы для лечения коронавирусной инфекции.

При делении лекарственных препаратов на 2 основные группы – рекомендованные для лечения Covid-19 и остальные – очень хорошо видно основные тренды, которые сложились сейчас на рынке. Так, отмечается высокая зависимость продаж «ковидных» групп лекарств от волн распространения заболеваемости: это и взрывной рост потребления в конце 2020 года, и положительный тренд, начиная с июля 2021 года, который закончился только в ноябре-декабре, когда уровень заболеваемости начал иметь отрицательную динамику от недели

к неделе. При этом отметим, что объём потребления «ковидных» препаратов в конце 2021 года только в октябре был выше уровня 2020 года несмотря на то, что в октябре-декабре 2021 года заболевших было больше на 53%, чем за аналогичный период 2020 года. Таким образом, уже не наблюдается высокого роста продаж препаратов из рекомендованного списка при нарастании уровня заболеваемости. Это связано в том числе и с тем, что часть препаратов для лечения коронавирусной инфекции в 2021 году выдаётся бесплатно, даже если осуществляется амбулаторное лечение.

Но при этом, конечно, большую часть препаратов россияне всё-таки продолжают покупать за собственные средства в аптеках. Поэтому наличие необходимых ЛП в аптечных учреждениях – важный фактор бесперебойного лекарственного обеспечения. В связи с этим даже вводятся проверки о наличии таких препаратов в аптеках. Так, в Москве в январе 2022 года введён еже-

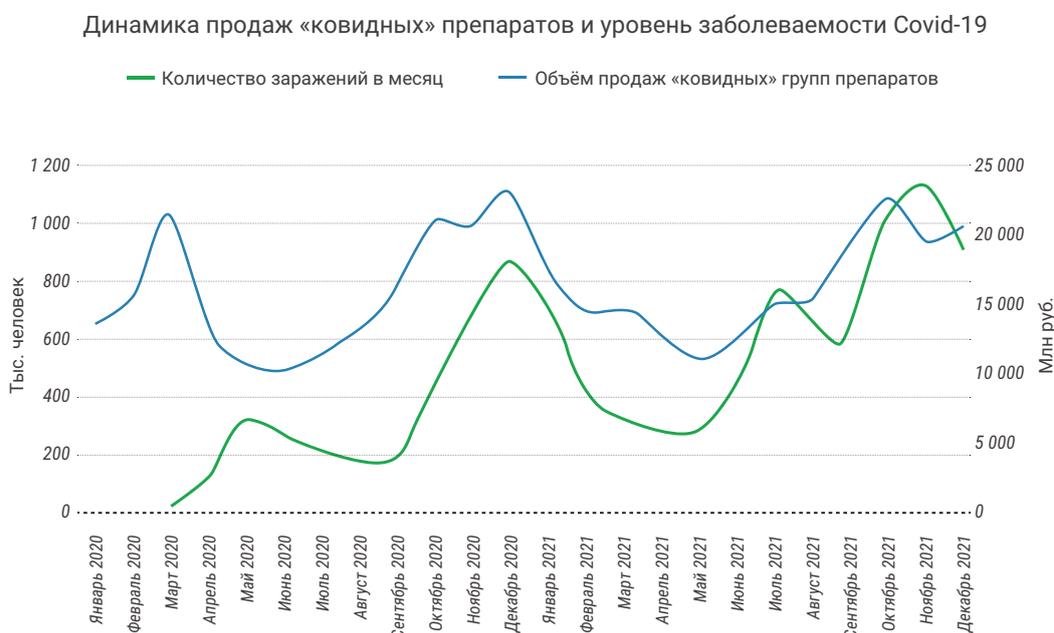


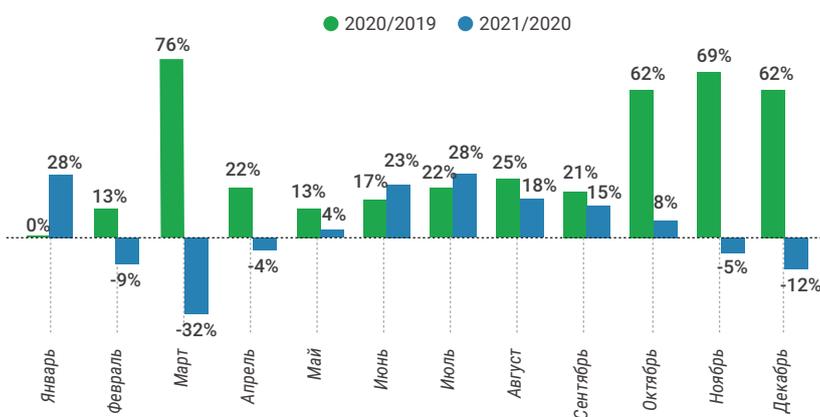
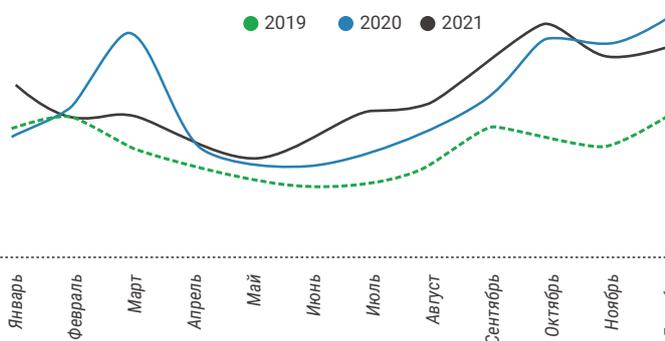
Рисунок 4

Сезонность в 2020-2021 гг.

Рисунок 5

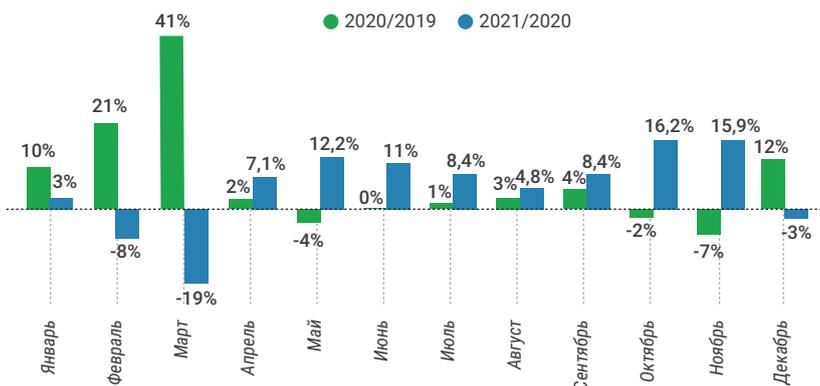
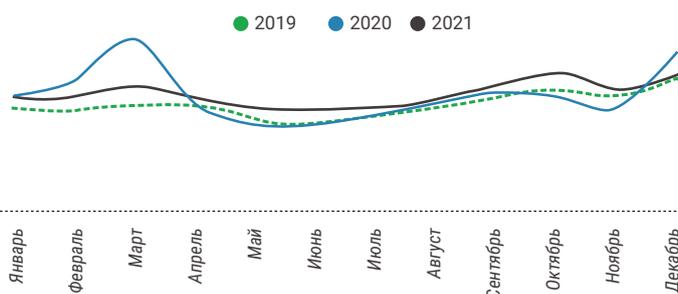
Сезонность
в 2021 году

Динамика продаж «ковидных» групп препаратов



Примечание: «Ковидные» препараты: АНАЛЬГЕТИКИ (N02);
АНТИБАКТЕРИАЛЬНЫЕ ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ СИСТЕМНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ (J01);
АНТИКОАГУЛЯНТЫ (B01); АНТИПРОТОЗОЙНЫЕ ПРЕПАРАТЫ (P01);
ПРОТИВОВИРУСНЫЕ ПРЕПАРАТЫ ДЛЯ СИСТЕМНОГО ПРИМЕНЕНИЯ (J05).

Динамика продаж остальных групп препаратов



дневный отчёт о наличии товарных запасов 20 МНН, которые относятся к лекарствам «для профилактики и лечения COVID-19, ОРВИ и внебольничных пневмоний».

В их список вошли: азитромицин; амоксициллин; амоксициллин + клавулановая кислота («Амоксиклав»); апиксабан («Эликвис»); занамивир («Реленза»); имидазолилэтанамида пентандиовой кислоты («Ингавирин»); интерферон-альфа-2b («Гриппферон»); «Кагоцел»; кларитромицин; левофлоксацин; моксифлоксацин; осельтамивир («Тамифлю»); парацетамол; риамиловир («Триазабирин»); ривароксабан («Ксарелто»); римантадин; умифеновир («Арбидол»); фавипиравир; цефтриаксон; ципрофлоксацин. По данным за 2021 год, доля этих препаратов в стоимостном выражении в аптеках составила 9,2% (+0,9% к 2020 году), а объём продаж в рублях – около 107 млрд руб., что на 14,3% больше, чем продажи в 2020 году.

Конечно, если в 2020 году на структуру продаж лекарств влияли многие факторы: ограничительные меры, проблемы с поставками и дефектура при повышенном спросе при росте заболеваемости –

и всё это приводило к смещению спроса в сторону «ковидных» препаратов, то в 2021 году наблюдалось восстановление потребительских предпочтений на уровне 2019 года, и уже потребление многих групп препаратов не зависело от количества заболевших Covid-19. Но, что важно, и отметим это ещё раз, спрос на остальные лекарственные препараты при росте заболеваемости не снижался, как это было в 2020 году, а имел ровную динамику и даже в некоторые периоды опережал прирост рынка в целом. Если «ковидные» препараты выросли в деньгах относительно продаж 2020 года на 2%, то остальные группы лекарственных средств увеличились в объёме на 3,6%. А вот в упаковках разница в росте более значительная: «ковидные» ЛС упали на 14%, а остальные уменьшились только на 6,3%.

Несмотря на то, что лекарственные препараты относятся к социально-значимым товарам, внешние финансово-экономические факторы также влияют на динамику аптечного рынка. Так, реально располагаемые денежные доходы населения в 2021 году показали максимальный прирост за последние десять лет – больше 4% (по



Рисунок 6

Динамика розничных продаж ЛП, 2017-2021 гг.

предварительным данным). Но при этом они остаются ниже уровня 2012 года на 3%.

Высокая инфляция в целом по стране (8,4%) и ещё выше на продовольственные товары (10,6%) также влияет на структуру расходов.

При этом мы уже отмечали, что Covid-19 привёл в том числе и к сокращению численности населения. Плюс рождаемость остаётся в России на низком уровне. В результате эти факторы приводят к сокращению потенциальных клиентов аптек.

Всё это отражается как раз в отрицательной динамике рынка в упаковках. Показатель прироста розничного объёма продаж лекарственных препаратов за 2021 год в натуральном выражении является одним из самых низких по сравнению с аналогичными периодами в предыдущие годы, да и прирост в рублях, несмотря на положительную динамику, также остался на невысоком уровне.

По результатам 2021 года ёмкость коммерческого рынка лекарственных препа-

ратов составила порядка 4,56 млрд упаковок или 1 166 млрд рублей. При сравнении с 2020 года объём продаж лекарств в упаковках сократился на 7,7%. В стоимостном выражении реализация выросла всего на 3,4% относительно прошлого года.

Такая динамика в том числе обусловлена высокими продажами марта 2020 года – на фоне роста курсов валют и введения ограничительных мер из-за пандемии Covid-19 спрос на лекарства оказался самым большим за последние 10 лет (+46,1% в руб. и +35,2% в упак.). Без учёта марта динамика рынка была бы в 2 раза выше: +6% в рублях и только -5% в упаковках.

Соотношение объёмов продаж импортных и локализованных ЛП

Структура коммерческого рынка ЛП по объёмам продаж локализованных и импортных препаратов отражена на рисунке 7.

По итогам 2021 года доля препаратов, произведённых на территории России, выросла на 0,4% до 44,5% в рублях и сократилась на 1,0% до 64,2% в упаковках. Локализован-

Рисунок 7

Соотношение объёмов продаж импортных и локализованных ЛП розничного рынка России, 2020-2021 гг.

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



ные лекарственные средства (+4,2% в руб. относительно 2020 года) имеют более высокую динамику продаж, чем импортные (+2,7%). Это согласуется с общей концепцией импортозамещения и делает нашу систему здравоохранения более независимой. В натуральном объёме значительно больше темп снижения продаж у локализованных средств – на 9,1% (против -5,1% у импортных ЛП). В большей мере это связано с падением продаж препаратов низкого ценового сегмента, к которым относятся так называемые традиционные «отечественные» препараты: например, «Парацетамол» (-44,7%), «Хлоргексидин» (-38,8%), «Ацетилсалициловая Кислота» (-26,0%) и т.д.

Изменение структуры продаж в пользу локализованных средств обеспечили в первую очередь российские противовирусные препараты «Арбидол» (+49,5% в стоимостном выражении и +34,1% в натуральном) и «Гриппферон» (+48,1% в рублях и +43,1% в упаковках).

Рост доли локализованных лекарств – уже устоявшийся тренд для рынка лекарств.

С 2018 года этот показатель вырос с 41% до 45%.

Средневзвешенная цена локализованного препарата (+14,7%) выросла сильнее, чем цена импортного лекарства (+8,2%). При этом она всё ещё остаётся более чем в 2 раза ниже. Так, в 2021 году в среднем одна упаковка локализованного средства стоила порядка 177 рублей, зарубежного – 397 рублей.

Несмотря на то, что в целом на рынке количество российских и иностранных производителей практически одинаковое (более 550 и 570 компаний соответственно), в аптеках больше представлены бренды лекарственных средств зарубежных компаний (3 290 брендов, что составляет 8 757 SKU). Аналогичный показатель для отечественных препаратов на 27% меньше – 2 581 бренд (9 083 SKU). Таким образом, видно, что иностранные производители больше реализуют «уникальные» позиции – оригинальные препараты и брендированные генерики. Российские лекарства в большом объёме выпускаются в виде небрендиро-

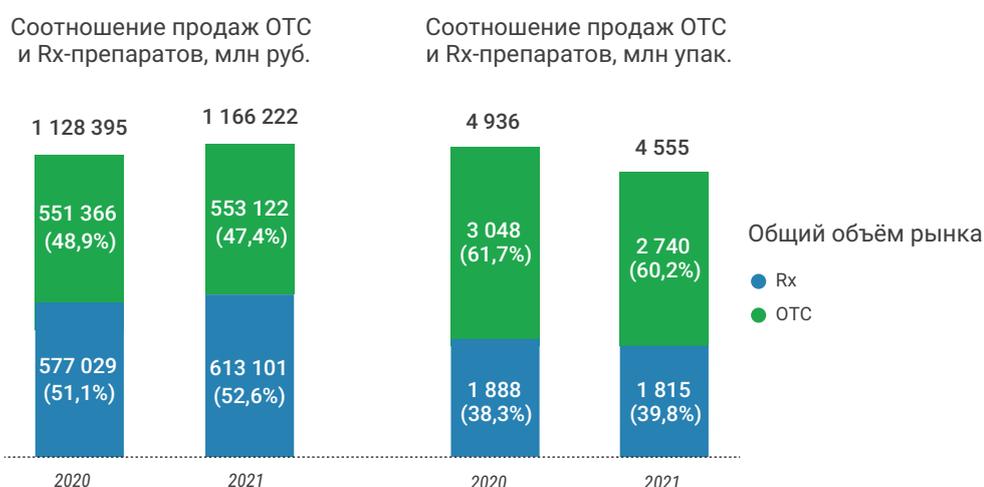


Рисунок 8

Соотношение объёмов продаж OTC и Rx-препаратов розничного рынка России, 2020-2021 гг.

Примечание: При расчёте долей Rx- и OTC-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.

ванных генериков сразу несколькими предприятиями.

Соотношение объёмов продаж ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска

Соотношение объёмов аптечных продаж рецептурных и безрецептурных препаратов показано на рисунке 8.

Относительно 12 месяцев предыдущего года структура рынка по типу отпуска изменилась в пользу препаратов, отпускаемых по рецепту врача (+1,4% в руб. и +1,6% в упак.). Что касается специфики, в целом на аптечном рынке препаратов доли Rx- и OTC-препаратов практически равны в рублях. В натуральном объёме преимущество остаётся за безрецептурными средствами, вес которых по итогам 2021 года составил 60,2%.

В динамике за несколько лет можно проследить тенденцию изменения структуры рынка в пользу рецептурных лекарственных средств: для сравнения в 2017 году их удельный вес был на уровне 49,2% в деньгах и 34,7% в упаковках. Такая тенденция

обусловлена ещё и ужесточением отпуска ряда препаратов.

Средняя стоимость препарата, отпускаемого по рецепту врача, составила 338 руб., безрецептурный препарат стоил в розничных ценах аптек в среднем 202 руб. Цены на обе категории препаратов стали выше относительно аналогичного периода прошлого года на 10,5% и 11,6% соответственно.

Соотношение продаж оригинальных и генериковых ЛП

Ситуация, сложившаяся на рынке в 2021 году, способствовала продолжению основных тенденций прошлых лет. На генериковые препараты приходится наибольший объём розничных продаж: их доля в рублях, как и годом ранее, составила 60,4%, в упаковках доля уменьшилась на 0,6% до 81,1%. Если в упаковках генерики стабильно занимают долю свыше 80%, то в рублях отмечается заметный положительный тренд: с 58,0% в 2017 году до 60,4% в 2021 году.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить равноценное увеличе-

Рисунок 9

Соотношение объёмов продаж оригинальных и генериковых препаратов розничного рынка России, 2020-2021 гг.



АТС-группы I-го уровня	Стоимостной объём, млрд руб.	Прирост группы в стоимостном объёме	Натуральный объём, млн упак.	Прирост группы в натуральном объёме
Пищеварительный тракт и обмен веществ [A]	215,8	6,4%	741,9	-7,1%
Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы [C]	167,4	1,9%	637,3	-3,6%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	140,0	7,2%	723,4	-1,9%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	128,0	2,5%	679,4	-13,3%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	105,0	-2,1%	360,9	-10,9%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	96,0	6,0%	368,6	-4,1%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	78,1	2,4%	94,6	-2,2%
Препараты, влияющие на кроветворение и кровь [B]	67,0	16,6%	152,7	0,4%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	66,8	-5,7%	410,1	-17,1%
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	34,3	-6,3%	65,6	-9,1%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	31,2	-1,6%	121,2	-8,2%
ЛП без указания АТС-группы	19,3	3,5%	119,7	-12,2%
Прочие препараты [V]	7,6	17,3%	26,9	1,5%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	7,4	-0,1%	34,4	-3,3%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	2,3	-7,2%	18,5	-11,2%

Таблица 2

Структура продаж
ЛП розничного
рынка России
по АТС-группам
в 2021 году

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

ние продаж в рублях как у генериков, так и у оригинальных препаратов: +3,4% и +3,3%. В натуральных единицах измерения объём реализации генериковых средств снизился на 8,4%, оригинальных ЛП – на 4,7%, чем и обусловлено изменение структуры рынка в их пользу в упаковках.

Средняя стоимость оригинального препарата составила 537 руб./упак. (+8,4% к показателю 2020 года), генерик отпускался в среднем по 191 руб. (+12,9%).

Структура продаж ЛП розничного рынка по АТС-группам

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

Структура аптечного рынка по АТС-группам 1-го уровня в 2021 году несколько изменилась относительно 2020 года:

- препараты, влияющие на кроветворение и кровь (+16,6%), и лекарства для лечения заболеваний кожи (-5,7%) поменялись местами в результате разнонаправленной динамики;
- за счёт заметного прироста объёма реализации прочие препараты (+17,3%) сместились с 13-й строчки группы [H].

Традиционно лидирует группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (+6,4%) с долей 18,5% в стоимостном объёме. Лидерами в данной АТС стали гепатопротекторы «Гептрал» (доля в группе 3,3%) и «Эссенциале» (2,1%) и эубиотик «Линекс» (2,7%). Существенный прирост реализации показали гепатопротекторные средства «Гептрал» (+50,0%) и «Урсосан» (+24,3%) и комплекс витаминов группы В «Мильгамма» (+20,3%).

При этом падение среди десяти ведущих брендов группы [A] отмечено только у гепатопротектора «Эссенциале» (-0,9%).

Порядка 15% стоимостного объёма продаж АТС-группы [A] приходится на подгруппу [A07] «Противодиарейные препараты». На первом месте по объёму продаж в группе [A07] оказался бренд «Линекс» с долей в рублях, соответствующей 17,6%. «Энтеросгель» и «Энтерофурил» занимают в рейтинге по стоимостному объёму 2 и 3-е места с долями 10,2% и 7,3% соответственно. По количеству проданных упаковок лидирует недорогой и преимущественно отечественный препарат «Уголь активированный» (29,4% продаж [A07]).

Подгруппа [A16] «Прочие препараты для лечения заболеваний ЖКТ и нарушения обмена веществ» в 2021 году продемонстрировала самую высокую динамику в своём АТС – объём реализации вырос на 33% в рублях. Одной из причин является повышенный спрос на препараты для лечения диабетической и алкогольной полиневропатии «Тиоктовая Кислота» (+549,7% к 2020 году) и «Тиолепта» (+46,6%), гепатопротекторы «Самеликс» (+324,0%) и «Гептрал» (+50,0%).

На второй строчке по стоимостному объёму расположилась АТС-группа [C] «Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы» (доля 14,4%). Ведущими брендами группы [C] являются препараты «Детралекс» (доля 4,6%), «Конкор» (3,5%) и «Лориста» (3,2%). Максимальный вклад в увеличение продаж группы на 1,9% внесли венотонизирующее и венопротекторное средство «Венарус» (+17,1%), бета-адреноблокатор «Бисопролол» (+16,5%), а также гиполлипдемический препарат «Аторваста-

тин» (+8,8%). Наибольшим падением в первой десятке брендов группы отметились гипотензивные препараты «Лозап» (-24,3%) и «Вальсакор» (-10,7%)

Замыкает тройку лидеров АТС-группа [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» с долей 12,0% в рублях. Реализация препаратов группы [R] выросла на 7,2%. Наиболее заметная динамика была отмечена у подгруппы [R05] «Препараты для устранения симптомов простуды и кашля» (+12,1%) с основными брендами «АЦЦ» (доля в подгруппе 16,3% в руб.), «Ренгалин» (6,9%) и «АнвиМакс» (6,2%).

Прирост ёмкости и средней стоимости упаковки в АТС-группах представлен на рисунке 10.

Более высокими темпами росли группы, не связанные с лечением COVID-19. А вот динамика этих групп (например, J и R) замедлилась, но в том числе и за счёт высокой базы 2020 года.

Максимальный прирост в 2021 году продемонстрировали АТС-группы [V] «Прочие препараты» (+17,3%), [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (+16,6%) и [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы» (+7,2%).

Среди прочих препаратов наибольшим приростом отметились растворители «Натрия Хлорид» (+54,7%) и «Вода для инъекций» (+34,3%), а также средство лечения алкоголизма «Мидзо» (+46,4%).

Группа препаратов, влияющих на кроветворение и кровь, расположилась на втором месте по темпу прироста. Существенное увеличение продаж показали антикоагулянты [B01] (+18,8%), на которых приходится 72,9% продаж группы [B]. Внутри подгруппы [B01] наиболее востребованными оказались марки «Эликвис» (+79,6%), «Ксарелто» (+24,2%) и «Вессел» (+20,0%).

Рост группе препаратов для лечения заболеваний респираторной системы обе-

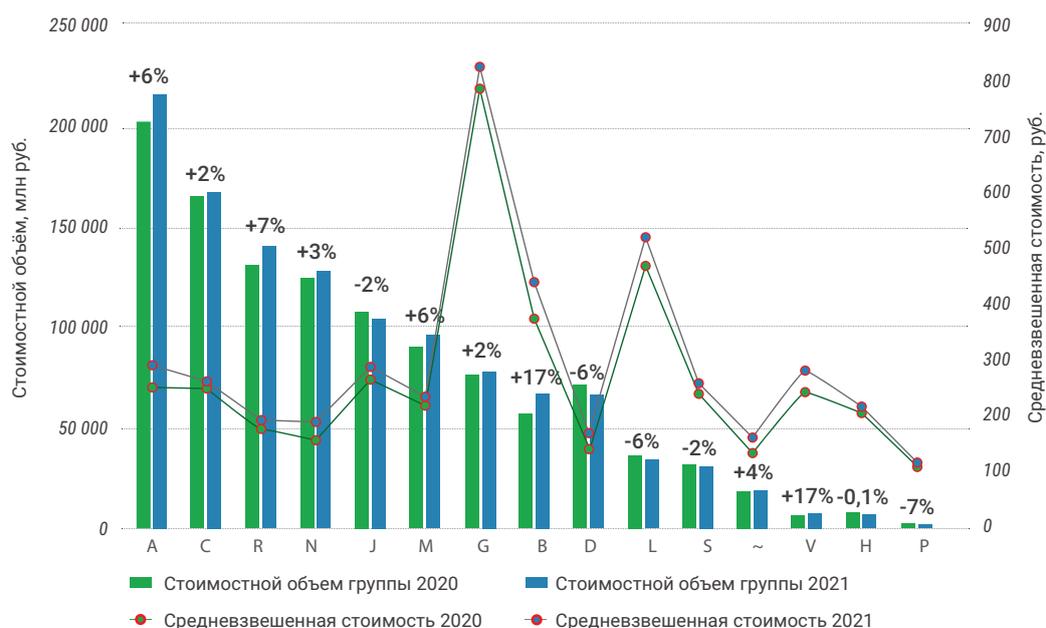


Рисунок 10

Структура розничного рынка ЛП по АТС-группам, 2020-2021 гг.

спечили глюкокортикостероид для местного применения «Пульмикорт» (+36,2%), средство лечения заболеваний носа растительного происхождения «Синупрет» (+27,9%), противоконгестивное средство «Отривин» (+27,9%).

А вот противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты, наоборот, показали максимальное снижение реализации – на 7,2% к 12 месяцам 2020 года.

В натуральном выражении лидерами по росту потребления стали группы [V] «Прочие препараты» (+1,5%) и [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» (+0,4%). Наибольшее снижение аптечных продаж в упаковках было зафиксировано у препаратов для лечения заболеваний кожи (-17,1%), лекарств для лечения заболеваний нервной системы (-13,3%), а также у лекарств без указания АТС-группы (-12,2%).

Наибольшая средневзвешенная цена одной упаковки ЛП по итогам 2021 года составила 825 рублей для препаратов группы

[G] «Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны». Такая высокая цена объясняется тем, что стоимость упаковки некоторых ЛП этой группы достигает 10 тыс. рублей и выше. Также высокая средневзвешенная цена отмечается в группах [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» – порядка 522 рублей, [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» – 439 рублей. У противопаразитарных препаратов, инсектицидов и репеллентов, наоборот, самая низкая средневзвешенная цена – 124 рубля за одну упаковку.

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

Наибольший вклад в увеличение ёмкости коммерческого рынка ЛП в рублях в 2021 году внесли группы [A] «Пищеварительный

Рисунок 11

Взвешенный прирост ЛП розничного рынка по АТС-группам в 2021 году

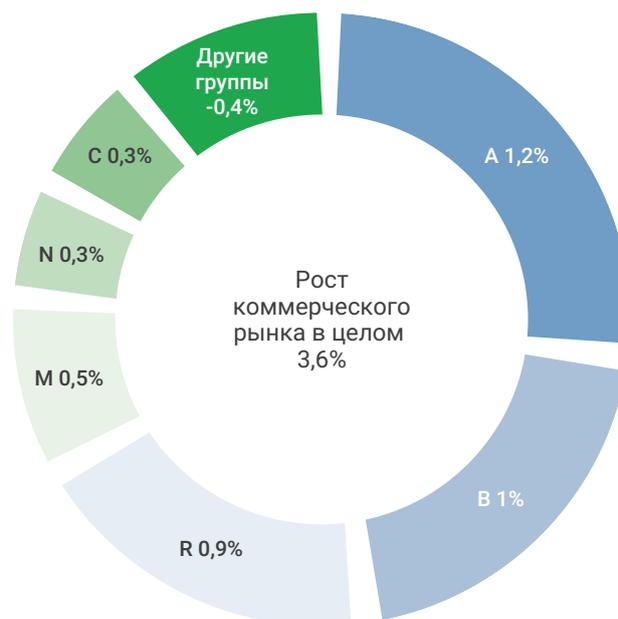


Таблица 3

Рейтинг	Изменение к 2020	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	-	Bayer	52 440,9	4,5%	1,6%
2	-	Отисифарм	51 127,9	4,4%	5,6%
3	-	Novartis	43 746,2	3,8%	-5,9%
4	+1	Stada	40 297,7	3,5%	-1,4%
5	-1	Sanofi	38 406,7	3,3%	-7,1%
6	-	Teva	36 827,3	3,2%	-3,3%
7	-	Servier	33 784,2	2,9%	-1,2%
8	+1	Abbott	33 657,1	2,9%	6,4%
9	+2	A. Menarini	33 373,8	2,9%	8,8%
10	-2	GlaxoSmithKline	33 039,8	2,8%	4,1%
11	-1	KRKA	31 526,8	2,7%	2,1%
12	-	Gedeon Richter	24 648,8	2,1%	-1,9%
13	-	Биннофарм Групп	24 293,1	2,1%	-0,7%
14	-	Фармстандарт	23 495,8	2,0%	4,4%
15	+4	Pfizer	23 120,1	2,0%	30,2%
16	+4	Озон	22 842,2	2,0%	28,6%
17	-2	Johnson & Johnson	21 960,5	1,9%	-1,7%
18	-2	Polpharma	21 594,0	1,9%	1,7%
19	-1	Dr.Reddy's	20 293,1	1,7%	-0,2%
20	-3	Валента Фарм	19 194,9	1,6%	-6,0%

ТОП-20 производителей ЛП по стоимостному объёму в 2021 году

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

тракт и обмен веществ», [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь», [R] «Препараты для лечения заболеваний респираторной системы», что суммарно составило 3,0% или около 83,1% от роста рынка в целом.

Производители ЛП розничного рынка

В таблице 3 приведены ТОП-20 производителей, лидирующих по стоимостному объёму продаж на коммерческом рынке России в 2021 году.

В 2021 году на российском фармацевтическом рынке присутствовало 1 083 игрока. Суммарно на ТОП-20 фирм приходится 54% стоимостного объёма продаж ЛП. По сравнению с 2020 годом общая доля двадцатки уменьшилась на 0,8%. Рейтинг производителей является более стабильным по сравнению с рейтингом препаратов.

Уже традиционно лидером рынка по итогам года в аптечном сегменте становится компания Bayer (доля 4,5% в рублях), объём продаж которой в аптечном сегменте вырос на 1,6%. Портфель немецкой корпорации включает в себя 64 бренда, реализуемых в аптеках. Максимальный объём продаж компании приходится на антикоагулянтное средство прямого действия «Ксарелто» — его доля в продажах компании по итогам 2021 года составила 28% в рублёвом эквиваленте (+5% относительно 2020 года), а объём реализации за год увеличился на 24,2%. Данный прирост является максимальным из ТОП-10 портфеля Bayer. В натуральном выражении по объёму продаж лидируют такие «хиты продаж» как «Релиф», «Ренни» и «Бепантен». На эти три позиции приходится 30% проданных упаковок,

что почти в 2 раза превышает суммарную долю этих препаратов в стоимостном объёме продаж компании.

Отечественный производитель «Отисифарм» занял вторую позицию в рейтинге, уступив лидеру всего лишь 0,1% по доле в рублях. Объём продаж компании в 2021 году вырос на 5,6% по отношению к предыдущему году. В российских аптеках реализуется 40 брендов фирмы, из них самый весомый рост спроса был зафиксирован на противовирусный препарат «Арбидол» (+49,5%). Среди ключевых брендов была и «падающая» группа препаратов: противовирусное иммуностимулирующее средство «Амиксин» (-38,3%), витаминно-минеральные комплексы «Компливит» (-16,2%) и МИБП - эубиотик «Аципол» (-7,2%).

На третьем месте расположилась корпорация Novartis с долей 3,8%. Темп снижения продаж компании по итогам 2021 года составил 5,9%. Ряд ведущих препаратов компании отметился заметным падением продаж — «Бронхо-Мунал» (-28,7% к уровню продаж 2020 года), «Кетонал» (-12,7%), «Экзодерил» (-12,4%). Из первой десятки ассортиментного ряда Novartis реализация сильнее всего выросла у препарата железа «Феррум» (+13,3% по сравнению с уровнем продаж 2020 года).

Максимальное снижение реализации среди производителей лекарственных препаратов из ТОП-20 было отмечено у компании Sanofi (-7,1%). Отрицательную динамику фармацевтической корпорации обеспечили гипотензивное средство «Лозап» (-24,3%), антикоагулянт прямого действия «Клексан» (-15,6%) и анальгезирующее и спазмолитическое средство «Но-Шпа» (-7,7%).

Таблица 4

Рейтинг	Изменение к 2020	Производитель	Объём продаж, млн упак.	Доля	Прирост к 2020
1	-	Фармстандарт	347,6	7,6%	-5,3%
2	+1	Отисифарм	187,9	4,1%	-4,5%
3	+1	Озон	185,1	4,1%	3,5%
4	-2	Stada	180,9	4,0%	-10,1%
5	+3	Teva	141,1	3,1%	-3,1%
6	-1	Обновление	131,5	2,9%	-13,9%
7	-	Биннофарм Групп	129,1	2,8%	-11,3%
8	+1	Polpharma	116,3	2,6%	-6,7%
9	+2	Dr.Reddy's	108,4	2,4%	-5,7%
10	-	Novartis	107,0	2,3%	-8,1%
11	-5	Тульская Фармацевтическая Фабрика	98,5	2,2%	-34,2%
12	+1	A. Menarini	94,0	2,1%	1,1%
13	-1	Sanofi	92,8	2,0%	-7,9%
14	-	Вертекс	86,1	1,9%	-3,5%
15	+4	Гротекс	82,6	1,8%	10,5%
16	-	GlaxoSmithKline	81,7	1,8%	-1,3%
17	+1	KRKA	74,8	1,6%	-2,1%
18	+4	Servier	72,3	1,6%	-0,1%
19	-2	Johnson & Johnson	71,9	1,6%	-9,4%
20	-	Abbott	71,6	1,6%	-3,3%

ТОП-20 производителей ЛП по натуральному объёму в 2021 году

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

Максимальный темп прироста продемонстрировали следующие компании: американский производитель Pfizer (+30% к 2020 году) и отечественная компания «Озон» (+29%). Противозепилептический препарат «Лирика» (+85,9%), антикоагулянтное средство прямого действия «Эликвис» (+79,6%) и гиполипидемическое средство «Липримар» (+13,3%) обеспечили +4 строчки компании Pfizer. Увеличение спроса на противовирусный препарат «Умифеновир» (+3 199,6%), анальгетик «Парацетамол» (+80,6%) и гиполипидемическое средство «Аторвастатин» (+57,1%) позволило фирме «Озон» подняться на 4 строчки вверх в рейтинге ведущих производителей.

Рейтинг производителей в большей мере представлен иностранными компаниями: в 2021 году в ТОП-20 вошли 5 отечественных компаний: 2-я строчка – «Отисифарм» (доля 4,4% в руб.), 13 строчка – «Биннофарм Групп» (2,1%), 14 строчка – «Фармстандарт» (2,0%), 16 строчка – «Озон» (2,0%), 20 строчка – «Валента Фарм» (1,6%).

В упаковках преимущество остаётся за российскими компаниями и зарубежными с высокой долей дженериков в своём ассортименте. Максимальная доля у «Фармстандарта» (7,6%). «Отисифарм» занимает порядка 4,1% в упаковках от аптечных продаж. Тройку лидеров замыкает «Озон» – 4,1%. ТОП-20 производителей рейтинга в упаковках занимают более половины аптечного рынка ЛП (54%), что сопоставимо с концентрацией в стоимостном выражении (на ТОП-20 корпораций приходится 54%).

Отдельно стоит выделить динамику компании «Гротекс» (+10,5%), которая продвинулась сразу на 4 позиции вверх в рейтинге.

Наиболее успешными оказались следующие марки производителя: противоконгестивное средство «Ксилот-Солофарм» (+210,4%), НПВП «Ангидак» (+63,1%) и капли для приёма внутрь «ДэТриФерол» (+61,5%), предназначенные для профилактики дефицита витамина D и заболеваний, связанных с его недостаточностью (рахита, остеомаляции), лечения рахита и комплексной терапии остеопороза различного генеза.

Препараты розничного рынка

В таблице 5 приведены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму продаж на коммерческом рынке России в 2021 году.

По итогам 2021 года на аптечных полках было представлено более 5 400 брендов лекарственных препаратов. На ТОП-20 брендов лекарств пришлось 13,2% рынка в рублях. В рейтинге брендов, лидирующих по стоимостному объёму на розничном рынке, можно отметить ряд изменений. На первое место поднялся отечественный противовирусный препарат «Арбидол» (доля 1,5% в руб.) компании «Отисифарм», продемонстрировав увеличение продаж на 49,5% относительно 2020 года. На второе место опустился лидер прошлого года – антикоагулянтный препарат прямого действия «Ксарелто» (1,3%) от немецкого производителя Bayer. Продажи данного бренда за год увеличились на 24,2%. Максимальный темп прироста показал другой антикоагулянт – «Эликвис» (1,1%) производства фирмы Pfizer, который в результате увеличения реализации на 79,6% поднялся с 7-й строчки на 3-ю позицию.

Из заметных положительных изменений можно выделить следующие лекарства: +16 мест у гепатопротекторного препарата

Таблица 5

ТОП-20 брендов
по стоимостному
объёму в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	+1	Арбидол	17 237,6	1,48%	49,5%
2	-1	Ксарелто	14 524,4	1,25%	24,2%
3	+4	Эликвис	12 458,3	1,07%	79,6%
4	-1	Ингавирин	8 622,8	0,74%	-21,9%
5	-1	Нурофен	8 442,1	0,72%	6,8%
6	-	Детралекс	7 694,8	0,66%	4,7%
7	+16	Гептрал	7 185,7	0,62%	50,0%
8	-	Пенталгин	6 963,6	0,60%	2,3%
9	+1	Мексидол	6 827,7	0,59%	4,0%
10	-1	ТераФлю	6 668,0	0,57%	-0,6%
11	+1	Кардиомагнил	6 293,9	0,54%	1,8%
12	-7	Мирамистин	6 194,9	0,53%	-20,8%
13	+1	АЦЦ	6 009,9	0,52%	8,6%
14	-1	Конкор	5 921,8	0,51%	-2,5%
15	-	Линекс	5 731,4	0,49%	5,6%
16	+10	Нимесил	5 642,8	0,48%	25,3%
17	-	Амоксиклав	5 505,6	0,47%	4,2%
18	-2	Лориста	5 412,4	0,46%	1,3%
19	+1	Вольтарен	5 395,8	0,46%	7,7%
20	+20	Гриппферон	5 335,9	0,46%	48,1%

«Гептрал» (+50,0% относительно 2020 года) корпорации Abbott; +20 мест у противовирусного иммуностимулирующего средства «Гриппферон» (+48,1%) от «Фирн М»; +10 мест у НПВП «Нимесил» (+25,3%) от А. Menarini.

Падением отметились только 4 торговых наименования. Значительнее прочих упал спрос на отечественные препараты: противовирусное средство «Ингавирин» (-21,9%) и антисептик «Мирамистин» (-20,8%).

Рейтинг ключевых ЛП покинули МИБП «Бронхо-Мунал» (25-я строчка в 2021 году), гипотензивное средство «Лозап» (37 строчка) и противовирусное средство «Кагоцел» (69 строчка).

Большая часть препаратов рейтинга в 2021 году представлена сезонными средствами, которые относятся к широкой группе лечения бактериальных и вирусных инфекционных заболеваний. Кроме того, спросом пользуются антикоагулянтные средства, угнетающие активность коагуляционного гемостаза. А тромбообразование – это типичное осложнение течения новой коронавирусной инфекции.

В упаковках по-прежнему лидируют «традиционные» дешёвые препараты «Цитрамон» (доля 1,4% в упак.), «Парацетамол» (1,4%) и «Цефтриаксон» (1,3%). Большинство препаратов (14 брендов), входящих в ТОП-20 по объёму в натуральном эквиваленте, показали отрицательную динамику. Наибольший темп снижения продемонстрировали антисептик «Хлоргексидин» (-37,8% относительно 2020 года), НПВП «Ацетилсалициловая Кислота» (-25,9%), а также анальгетик «Парацетамол» (-23,8%).

Максимальный прирост продаж при этом показали: противовирусный препарат «Ар-

бидол» (+34,1%), растворитель и регидрант «Натрия Хлорид» (+11,2%) и бета-адреноблокатор «Бисопролол» (+6,5%). ТОП-20 брендов в натуральном эквиваленте занимает 19% розничных продаж, т.е. их концентрация несколько выше, чем в стоимостном объёме. Средневзвешенная цена ТОП-20 в упаковках составляет около 80,6 рублей.

ЖНВЛП

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

С 1 января 2021 года перечень ЖНВЛП стал включать в себя 788 позиций. Для сравнения в прошлом году он содержал 758 позиций. В том числе список дополнили вакцины для профилактики новой коронавирусной инфекции COVID-19.

По итогам 2021 года в продажах аптек были зафиксированы более 900 МНН, относящихся к перечню ЖНВЛП (что соответствует 2 414 брендам). Объём продаж препаратов перечня ЖНВЛП составил 512,9 млрд рублей или 2 486 млн упаковок (рисунок 12).

Отметим, что в стоимостном выражении объём продаж ЖНВЛП вырос чуть более заметно, чем по остальному перечню препаратов (+3,6% – ЖНВЛП, +3,2% – не-ЖНВЛП). В натуральном выражении продажи ЖНВЛП снизились на 7,0%, тогда как объём реализации препаратов, не включённых в список, снизился на 8,5%.

Доля отечественных жизненно необходимых лекарственных препаратов в натураль-

ном выражении составила 58,4%, в деньгах их доля была на уровне 38,0%.

Средневзвешенная цена на ЖНВЛП по итогам 2021 года составила 206 рублей, причём цена одной упаковки отечественного препарата составила около 134 рублей, а импортного почти в 2,3 раза выше (308 руб.).

Средняя стоимость препаратов ЖНВЛП (206 руб.) оказалась ниже средневзвешенной цены на прочие препараты (316 руб.). Это свидетельствует о том, что в сегменте ЖНВЛП смещение продаж в сторону дорогих лекарств произошло менее заметно, чем в целом по рынку.

На рисунке 13 приведён индекс цен по различным группам лекарств.

В 2021 году инфляция на лекарства составила 3,7%, это в 2 раза ниже показателя 2020 года (7,3%). Инфляционная составляющая больше проявила себя на препаратах, не входящих в перечень ЖНВЛП, и достигла в 2021 году 6,4%. Роста цен на препараты из списка ЖНВЛП практически не было, даже в некоторые периоды наблюдалась

дефляция. В итоге по году показатель составил всего 0,2%. Это связано в большей мере с тем, что большая индексация на препараты списка ЖНВЛП прошла в конце 2020 года, а в 2021 году уже её не было.

Рейтинг продаж ЛП по МНН, включённым в перечень ЖНВЛП, представлен в таблице 6. Возглавляет рейтинг МНН, включённых в перечень ЖНВЛП, «Умифеновир», объём продаж которого вырос в 2021 году на 57,1% относительно предыдущего года. Отметим, что в предыдущие годы лидером был «Ксилонметазолин», который по итогам 2020-го года разместился на второй строчке.

Расстановка сил в рейтинге заметно изменилась, в ТОП-20 вошло одно новое МНН – гипотензивное средство центрального действия «Моксонидин» (+3 места; +7,6% относительно 2020 года).

Помимо лидера высокую динамику продемонстрировали антикоагулянт «Апиксабан» (+79,6% к 2020 году) и гепатопротектор «Адеметионин» (+40,9%). В итоге препараты с данными действующими веществами укрепили свои позиции в рейтинге на 8 строчек.

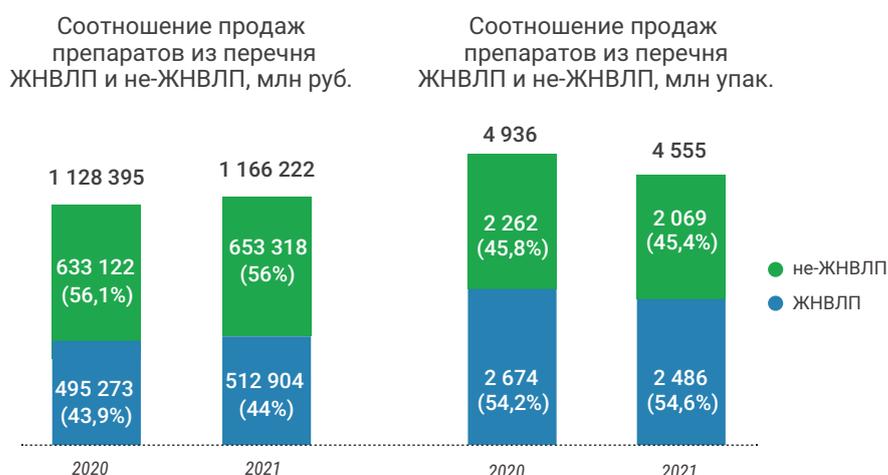


Рисунок 12

Соотношение продаж препаратов из перечня ЖНВЛП и не-ЖНВЛП, 2020-2021 гг.

Ценовая сегментация препаратов розничного рынка

Средневзвешенная цена одной упаковки ЛС составила 256 рублей, что на 12,0% выше, чем в 2020 году. Дешёвые лекарства всё меньше пользуются спросом у россиян, и потребители аптек переходят на более дорогостоящие средства и упаковки большего содержания.

На рисунке 14 представлена структура коммерческого рынка и средняя стоимость упаковки по ценовым сегментам в 2020-2021 гг.

За год структура рынка в рублях изменилась в пользу препаратов «высокого» ценового сегмента относительно прошлого года. Отрицательная динамика продаж была отмечена у всех категорий за исключением сегмента «свыше 500 руб.». Темп прироста продаж лекарственных средств с ценой свыше 500 рублей составил 12,1% в руб. и 10,7% в упак. Благодаря этому удельный вес дорогих лекарств вырос на 3,8% в рублёвом и на 2,2% в натуральном эквиваленте. Заметим, что данный сегмент растёт от года к году. Причин здесь несколько: это не только уход препаратов, но и повышение

цен, и переход лекарств в другую категорию, и изменение содержания потребительской корзины.

Группа препаратов ценового сегмента «до 50 руб.» потеряла в 2021 году лидерство в упаковках: доля сократилась на 4,7% в натуральном выражении и на 0,5% в стоимостном объёме в результате снижения продаж. А за несколько лет падение доли было более ощутимо: с 38,2% в упаковках и с 4,5% в рублях в 2018 году.

Самый стабильный сегмент «от 150 до 500 руб.» – его доля сохраняется на протяжении длительного периода на уровне 30-33% в натуральном выражении.

Индекс цен препаратов розничного коммерческого рынка

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

В декабре 2021 года цены выросли на 3,7% относительно декабря 2020 года, тогда

Рисунок 13

Динамика индекса цен на розничном рынке в 2021 году

Инфляция на лекарственные препараты

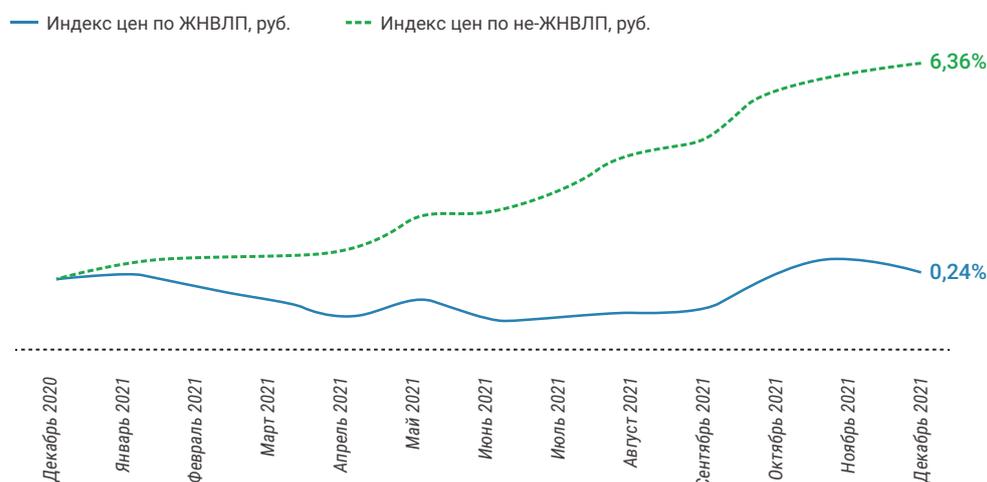


Таблица 6

ТОП-20 МНН, включённых в перечень ЖНВЛП, по стоимостному объёму продаж в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	МНН	Доля в продажах ЖНВЛП, руб.	Объём продаж, млрд руб.	Лидер среди брендов внутри МНН
1	+1	Умифеновир	3,9%	19,9	Арбидол
2	-1	Ксилометазолин	3,6%	18,2	Снуп
3	+1	Ривароксабан	2,8%	14,5	Ксарелто
4	-1	Ибупрофен	2,5%	13,1	Нурофен
5	+8	Апиксабан	2,4%	12,5	Эликвис
6	+1	Панкреатин	2,1%	10,9	Креон
7	-1	Бисопролол	2,1%	10,9	Конкор
8	-3	Имидазолилэтанамид пентандиовой кислоты	1,7%	8,6	Ингавирин
9	+8	Адеметионин	1,6%	8,2	Гептрал
10	+4	Интерферон альфа-2b	1,6%	8,1	Гриппферон
11	-	Аторвастатин	1,4%	7,4	Аторвастатин
12	-3	Амоксициллин+ [Клавулановая кислота]	1,4%	7,1	Амоксиклав
13	-3	Лозартан	1,3%	6,7	Лориста
14	+5	Урсодезоксихолевая кислота	1,3%	6,7	Урсосан
15	+3	Ацетилцистеин	1,3%	6,7	АЦЦ
16	-4	Омепразол	1,3%	6,6	Омепразол
17	-9	Азитромицин	1,3%	6,6	Азитромицин
18	-3	Метформин	1,2%	6,3	Глюкофаж Лонг
19	+1	Этилметилгидроксипиридина сукцинат	1%	5,3	Мексидол
20	+3	Моксонидин	1%	5	Моксонидин

как годом ранее этот же показатель был на уровне 7,3%.

В 2021 году инфляция на лекарства была ниже, чем в целом индекс потребительских цен Госкомстата (8,39%).

Заметим, что до лета 2021 года увеличение стоимости было практически минимальным, а вот с осени рост цен стал более заметным. Спрос на «ковидные» препараты стал приводить к более заметной динамике этого показателя.

В 2021 году Росстат существенно расширил корзину лекарственных препаратов для расчёта месячной инфляции, увеличив её с 40 до 53 наименований. Пять из которых – азитромицин, цефтриаксон, осельтамивир (бренд «Номидес»), апиксабан («Эликвис») и витамин Д3 – назначаются большим новой коронавирусной инфекцией.

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

Росстат подтвердил оценку инфляции в РФ за 2021 год на уровне 8,39%. Индекс по-

требительских цен в 2021 году стал максимальным, существенно превысив показатель 2016 года (2016 г. – 5,4%; 2017 г. – 2,5%; 2018 г. – 4,3%, 2019 г. – 3,0%, 2020 г. – 4,9%). Таким образом, ведомство с точностью до сотых подтвердило предварительную оценку инфляции за 2021 год, объявленную в конце декабря.

Заметнее всего, согласно данным Росстата, подорожали продовольственные товары – на 10,62%, что в 1,6 раза больше показателя прошлого года (6,7% в 2020 году).

Бензин в целом за 2021 год подорожал на 8,84%, непродовольственные товары – на 8,58%. Менее всего выросли цены на услуги (4,98%).

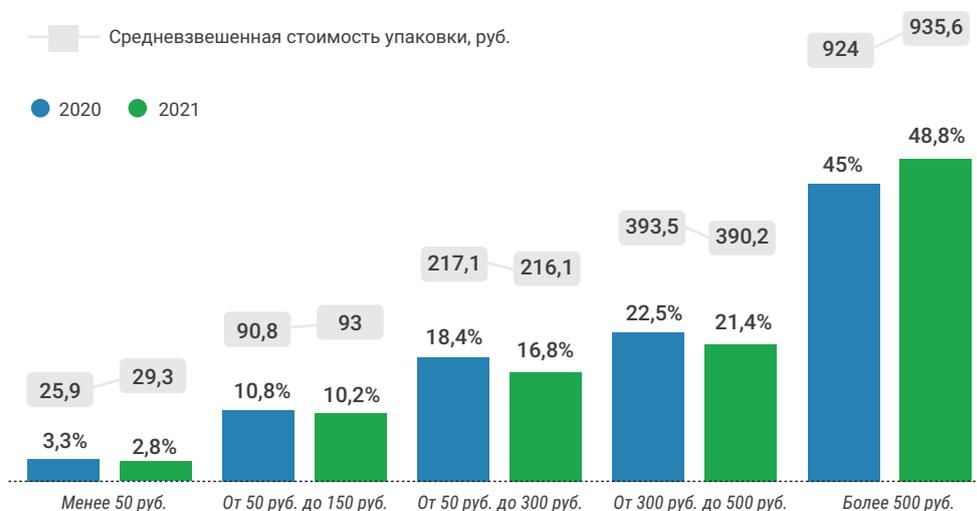
Банк России сохранил свой прогноз по инфляции на 2022 год в интервале 4-4,5%. Прогноз правительства РФ по инфляции в 2022 году – 4,0%.

Новые препараты розничного рынка

В 2021 году на коммерческом фармацевтическом рынке появилось свыше 300 новых

Рисунок 14

Структура стоимостных продаж ЛП розничного рынка по ценовым сегментам, 2020-2021 гг.



брендов лекарственных препаратов (220 МНН). Совокупный объём продаж «новинок» по итогам года составил 1 078 млн рублей или 2,5 млн упаковок, что соответствует 0,09% стоимостного и 0,05% натурального объёма аптечных продаж всех лекарственных препаратов. Средневзвешенная цена одной упаковки нового лекарственного средства составила 431 руб. По сравнению с 2020-м годом произошло падение объёма продаж новинок коммерческого рынка в 2 раза и рост стоимости упаковки на 6%.

Отношение количества брендов отечественного и импортного производства в выборке «новинок» лекарственных препаратов 2021 года составило 84% к 16%. Относительно аналогичных показателей 2020 года (78% к 20%) и 2019 года (77% к 23%) преимущество сместилось в пользу российских препаратов. Это позволяет сделать вывод об увеличении темпов повышения рыночной доли препаратов отечественного производства в розничном сегменте лекарств, в том числе и за счёт вывода на рынок новых позиций.

2/3 новых брендов являются рецептурными препаратами, и они же заняли 60% в обороте новинок.

Наибольшую выручку аптекам среди новых препаратов принесли нестероидные противовоспалительные препараты (9 марок; ведущая новинка – бренд «Ресулид» от компании «Ремедия»), противогрибковые препараты для местного применения (3 марки; «Фунгодерил» от Stada) и ингаляционные симпатомиметики (5 марок; «Респифорб» от «Рус Биофарм»).

ТОП-20 в большей мере представлен новыми препаратами от отечественных компаний (11 наименований). В рейтинге новинок с наибольшим объёмом реализации все препараты являются воспроизведёнными, за исключением оригинального препарата «Илсира» от «Биокад». В целом из 308 новых брендов только 42 наименования относятся к оригинальным средствам (что составляет порядка 5% от объёма реализации новинок в рублях).

«Илсира» – оригинальный лекарственный препарат в форме раствора для подкожного введения на основе моноклональных антител к рецептору интерлейкина-6. Препарат рекомендован для терапии пациентов с ревматоидным артритом и со среднетяжёлым и тяжёлым течением заболевания COVID-19. Ингибитор интерлейкина отпу-

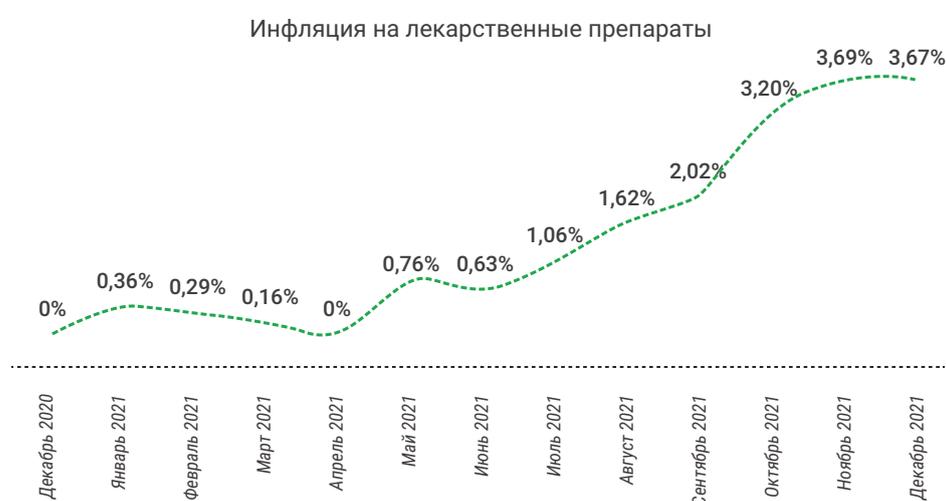


Рисунок 15

Изменение цен на ЛП на розничном рынке России в 2021 году

скается в аптеках строго по рецепту врача, входит в перечень ЖНВЛП. Препарат является достаточно дорогостоящим лекарственным средством, в 2021 году в аптеках средневзвешенная цена составила порядка 62 845 рублей за одну упаковку.

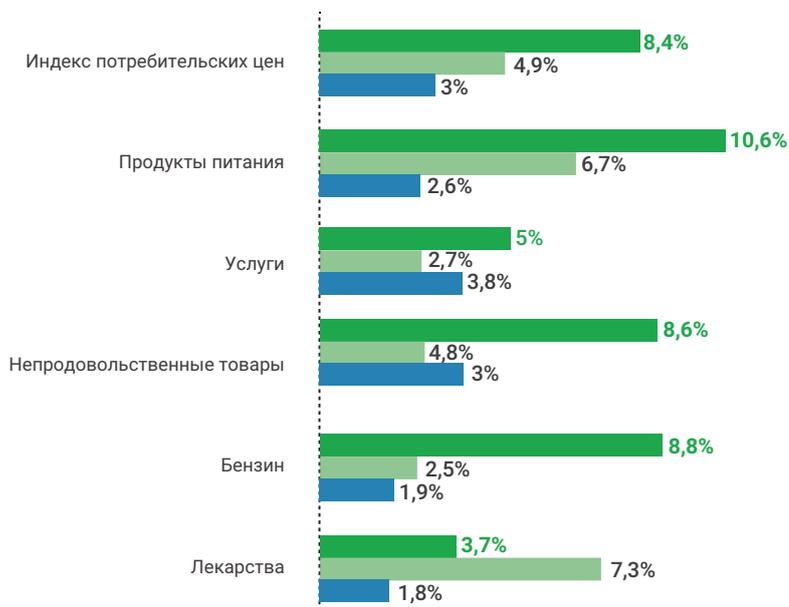
Ключевым брендом по объёму розничных продаж в стоимостном выражении среди новых лекарств, вышедших на рынок РФ в 2021 году, стал препарат «Ресулид» российской фирмы «Ремедия». Объём продаж данного препарата составил 162,1 млн рублей. «Ресулид», согласно документации, составляющей регистрационное досье, относится к фармакотерапевтической группе НПВП. В качестве основного действующего вещества рецептурного лекарственного препарата «Ресулид» выступает нимесулид – селективный ингибитор ЦОГ-2.

Лекарственное средство выпускается в форме таблеток и гранул для приготовления суспензии для приёма внутрь и показано для терапии острой боли, симптоматического лечения остеоартроза (остеоартрита) с болевым синдромом, при первичной альгодисменорее.

На второй позиции рейтинга – лекарственный препарат «Фунгодерил» (МНН нафтифин) от компании Stada. «Фунгодерил» – безрецептурное противогрибковое средство в форме раствора для наружного применения, применяемое при грибковых инфекциях кожи, межпальцевых микозах, грибковых инфекциях ногтей, кандидозах кожи, разноцветном лишае, дерматомикозах. Объём продаж данного средства в 2021 году составил 158,2 млн рублей.

Рисунок 16

Индекс потребительских цен в России



Замыкает тройку лидеров препарат «Респифорб» (производитель «Рус Биофарм») с объёмом 85,3 млн рублей. Комбинированное бронходилатирующее средство выпускается в наборе капсул с порошком для ингаляций. Препарат с действующими веществами будесонид и формотерол назначается пациентам с бронхиальной астмой и ХОБЛ.

Российский производитель «Северная Звезда» в 2021 году вывела на аптечный рынок три новых бренда лекарственных препаратов, два из которых вошли в ТОП-20 новинок по стоимостному объёму реализации. Речь идёт о гастропротекторном средстве «Ребамипид» (6-я строчка) и противомикробном и противопротозойном препарате «Нифурател» (12-я строчка).

Стоит добавить, что если в 2020 году появлялись препараты по большей части противовирусные, то в 2021 году рынок возвращается к «допандемийной» структуре – было выпущено меньше препаратов, направленных на лечение коронавирусной инфекции. По сравнению с 2020 годом общий объём рынка «новинок» сократился более, чем в 2 раза, что также отражает возвращение к нормальному рынку. В прошлом году более 40% всех затрат на новинки из ТОП-20 пришлось на препараты для лечения COVID-19, при этом в 2021-м году не наблюдалось такой концентрации продаж среди новинок. Это свидетельствует о меньшем объёме инвестиций компаний в новинки для лечения COVID-19 и может быть индикатором желания диверсифицировать портфель.

Таблица 7

ТОП-20 новых брендов 2021 года на коммерческом рынке РФ по стоимостному объёму

Рейтинг	Бренд	Производитель	Объём продаж, млн руб.	Дата появления в аптеке
1	Ресулид	Ремедия	162,1	Январь 2021
2	Фунгодерил	Stada	158,2	Март 2021
3	Респифорб	Рус Биофарм	85,3	Январь 2021
4	Илсира	Биокад	47,3	Май 2021
5	Таржифорт	Авексима	43,0	Январь 2021
6	Ребамипид	Северная Звезда	40,3	Апрель 2021
7	Кардевит АС	ФармВИЛАР	38,3	Февраль 2021
8	Натрия Альгинат	Тульская Фармацевтическая Фабрика	30,2	Март 2021
9	Витамин D3	KRKA	29,5	Февраль 2021
10	Риноргол	Фармактив	29,0	Июнь 2021
11	Актитропил	Фармстандарт	20,8	Март 2021
12	Нифурател	Северная Звезда	20,5	Январь 2021
13	Хели-Стоп	Avva Pharmaceuticals	20,4	Январь 2021
14	Акримекс	Polpharma	20,2	Август 2021
15	B12 Анкерманн	Woerwag Pharma	19,9	Май 2021
16	Дипромета	S.C.Rompharm Company	17,1	Апрель 2021
17	Релифипин	Bayer	15,6	Июнь 2021
18	Ренопроктол	Южфарм	14,4	Август 2021
19	Дитамал	World Medicine	12,3	Июль 2021
20	Туссиофит	Danhson	11,7	Июнь 2021

3. Льготное лекарственное обеспечение

Лекарственное обеспечение – одна из важнейших составляющих любой программы по развитию здравоохранения. По итогам 2021 года доля лекарственных средств, потребление которых финансируется за счёт государства, составила почти 42% (прирост к 2020 году на 6 процентных пунктов). Такой динамике в том числе способствовала эпидемиологическая обстановка в стране (распространения Covid-19), а также выделение государственного бюджета на дополнительные программы (более подробно в разделе «Госпитальные закупки»).

Часть финансирования идёт на обеспечение государственных социальных гарантий, предоставляемых незащищённым слоям населения (закупка для льготных категорий граждан необходимых лекарственных препаратов). Отметим, что несмотря на снижение доли данного сегмента в общем объёме фармацевтического рынка (2019 год – 16%, 2020 год – 13,2%, 2021 год – 12,6%), объём выделяемых денежных средств не уменьшается (исключение 2020 год, но снижение в большей мере связано опять же с пандемией и ограничениями, когда доступ к врачам и выписке лекарств был некоторое время затруднён).

Финансирование выписки лекарственных средств для льготных категорий граждан идёт из двух бюджетов:

- **Федерального** – по двум программам «Обеспечение необходимыми лекарственными средствами» (ОНЛС) и «Высокозатратные нозологии» (ВЗН).

- **Регионального** – можно выделить закупку, которая регламентируется Постановлением Правительства РФ от 30 июля 1994 года №890 «О государственной поддержке развития медицинской промышленности и улучшении обеспечения населения и учреждений здравоохранения лекарственными средствами и изделиями медицинского назначения», а также закупку орфанных препаратов, которая попадает под действие нормативно-правовых актов субъектов РФ.

Для каждой подпрограммы льготного лекарственного обеспечения действовали свои списки препаратов, которые можно было по ним закупать. Одним из изменений, которое начало действовать с 2021 года, стала отмена таких перечней (исключение ВЗН). В результате льготники обеспечиваются бесплатными лекарствами в объёме не менее, чем это предусмотрено списком ЖНВЛП. Перечень жизненно необходимых лекарств планируется пересматривать не реже 1 раза в год, а изменения вносить столько раз, сколько потребуется.

Максимальный объём денежных средств федерального бюджета приходится на подпрограмму **«Высокозатратные нозологии»**. В настоящий момент в неё входит 14 нозологий, и перечень препаратов состоит из 42 МНН. С января 2021 года в него вошли 4 новых наименования: «Талиглуцераза альфа» («Элисо»), «Окрелизумаб» («Окревус»), «Симоктоког альфа» («Нувик») и «Эмицизумаб» («Гемлибра»). При этом финансирование практически не увеличивается. На закупку лекарств по «14 ВЗН» в 2021 году было вы-

делено 64,3 млрд рублей. В 2022–2023 годах в бюджете на эту подпрограмму заложено 66,9 млрд рублей ежегодно. Таким образом, добавление новых нозологий не предусмотрено.

В 2021 году рассматривалась возможность включить в перечень противоопухолевые лекарства – «Аклабрутиниб», «Венетоклакс», «Нилотиниб», «Пембролизумаб», «Ибругиниб», «Сипонимод». Но заявка на них была отклонена по причине дефицита бюджета ВЗН. Согласно п.3(1) правил формирования перечней лекарств, утверждённых постановлением правительства № 871 от 28.08.2014 г., препарат не может быть одобрен для ВЗН, если его включение предполагает увеличение бюджета.

Дефицит бюджета ВЗН возник ещё и из-за увеличения количества льготников, попадающих под действие подпрограммы: если в 2019 году федеральный реестр насчитывал 146 тыс. человек, то в 2021 году в заявку было включено около 165,7 тыс. человек, то есть прирост на 21%. Финансирование за это время выросло на 9%. Поэтому часть необходимых препаратов для льготных категорий граждан приходится обеспечивать за счёт региональных бюджетов.

В целом на 2022 год перечень препаратов для лечения высокочувствительных нозологий расширился на четыре лекарства, необходимые пациентам с уже существующими в программе диагнозами: с рассеянным склерозом (кладрибин), множественной миеломой (помалидомид, иксазомиб) и гемофилией (эфмороктоког альфа).

«Обеспечение необходимыми лекарственными средствами» (ОНЛС) регламентируется Федеральным законом от 17 июля 1999 года №178-ФЗ «О государственной социальной помощи» и распространяется на 9 кате-

горий граждан: инвалиды, дети-инвалиды, инвалиды войны, участники ВОВ, ветераны боевых действий и др. Ежегодно устанавливается норматив для получения этой социальной услуги. В 2021 году он был на уровне 929,8 руб. В 2022 году основные программы проиндексировали на 4,3 процента, в результате денежная компенсация на одного льготника составит порядка 970 руб. Из этого норматива рассчитывается финансовый размер социальной услуги для федеральных льготников в случае, если они не заменили услугу на денежную компенсацию в обозначенном размере (Постановление Правительства РФ от 31 июля 2020 г. №1145). Он же является базой для расчёта общего размера выделяемых денежных средств подпрограммы ОНЛС. На лекарственное обеспечение федеральных льготников регионам выделяют 40,7 млрд руб. в форме субвенций и ещё 13,6 млрд руб. в качестве иных межбюджетных трансфертов. В общей сложности размер финансирования составит 54,3 млрд руб.

У некоторых людей есть право на льготы при покупке лекарств независимо от права на получение социальной помощи. Это люди с инвалидностью, участники Великой Отечественной войны, люди из других льготных категорий. Они могут получить лекарства бесплатно или со скидкой в 50%, даже если отказались от набора соц. услуг. Порядок обеспечения такими препаратами регулируют законы субъектов РФ. По оценкам компании DSM Group, объём **региональной программы** сопоставим с федеральной, а в последние 2 года даже превышает её.

До 2022 года выдавать льготные лекарства могли только социальные аптеки, принадлежащие государству и участвующие в программе по льготному лекарственному обеспечению. С 15 января 2022 года в Москве стартовал

эксперимент по выдаче льготных лекарств по электронным рецептам в коммерческих аптеках. Правительство Москвы утвердило список препаратов, которые будут участвовать в эксперименте. Причём, если пациент захочет лекарство по определённому торговому наименованию, он сможет доплатить за него. Аптеки будут ежемесячно получать субсидии в сумме, равной стоимости фактически отпущенных лекарств. Эксперимент будет распространяться на москвичей, которые являются региональными льготниками.

За 2021 год было закуплено 160 млн упаковок лекарственных препаратов для льготных категорий граждан на сумму 254 млрд рублей, что выше показателя 2020 года на 9% в рублях. А вот объём закупленных упаковок, наоборот, снизился на 7%. Аналитические данные отражают факты оплаты и поставки исполненных в 2021 году контрактов.

Если рассматривать отдельно льготные программы, то можно отметить, что наблюдается тенденция роста региональной льготы – сейчас на неё приходится уже



Рисунок 17

Динамика программы ЛЛО, 2017-2021 гг.

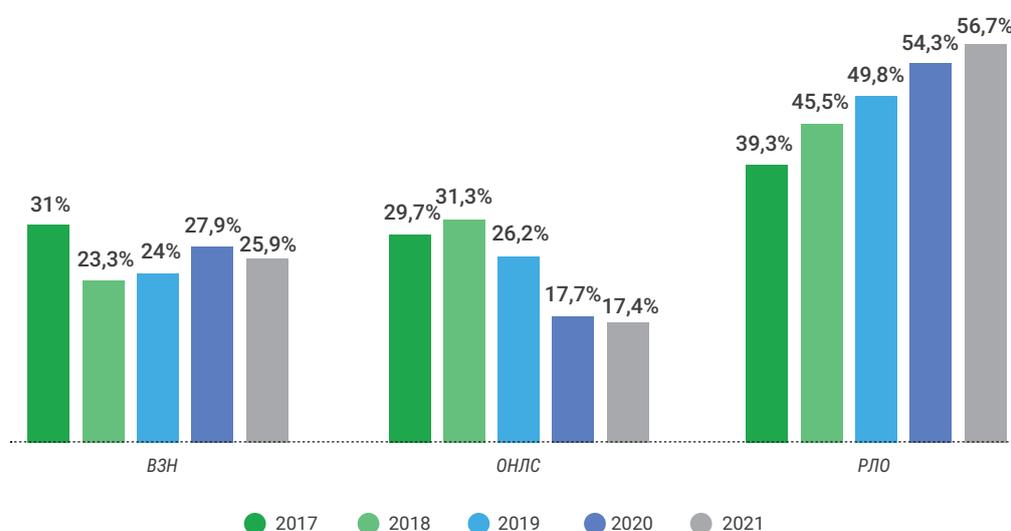


Рисунок 18

Соотношение затрат по программам ВЗН, ОНЛС и РЛО в общем стоимостном объёме потраченных средств в сегменте ЛЛО, 2017-2021 годы

56,7% от объёма финансирования льготного сегмента. Доли ВЗН и ОНЛС в 2021 году сократились до 26% и 17% соответственно.

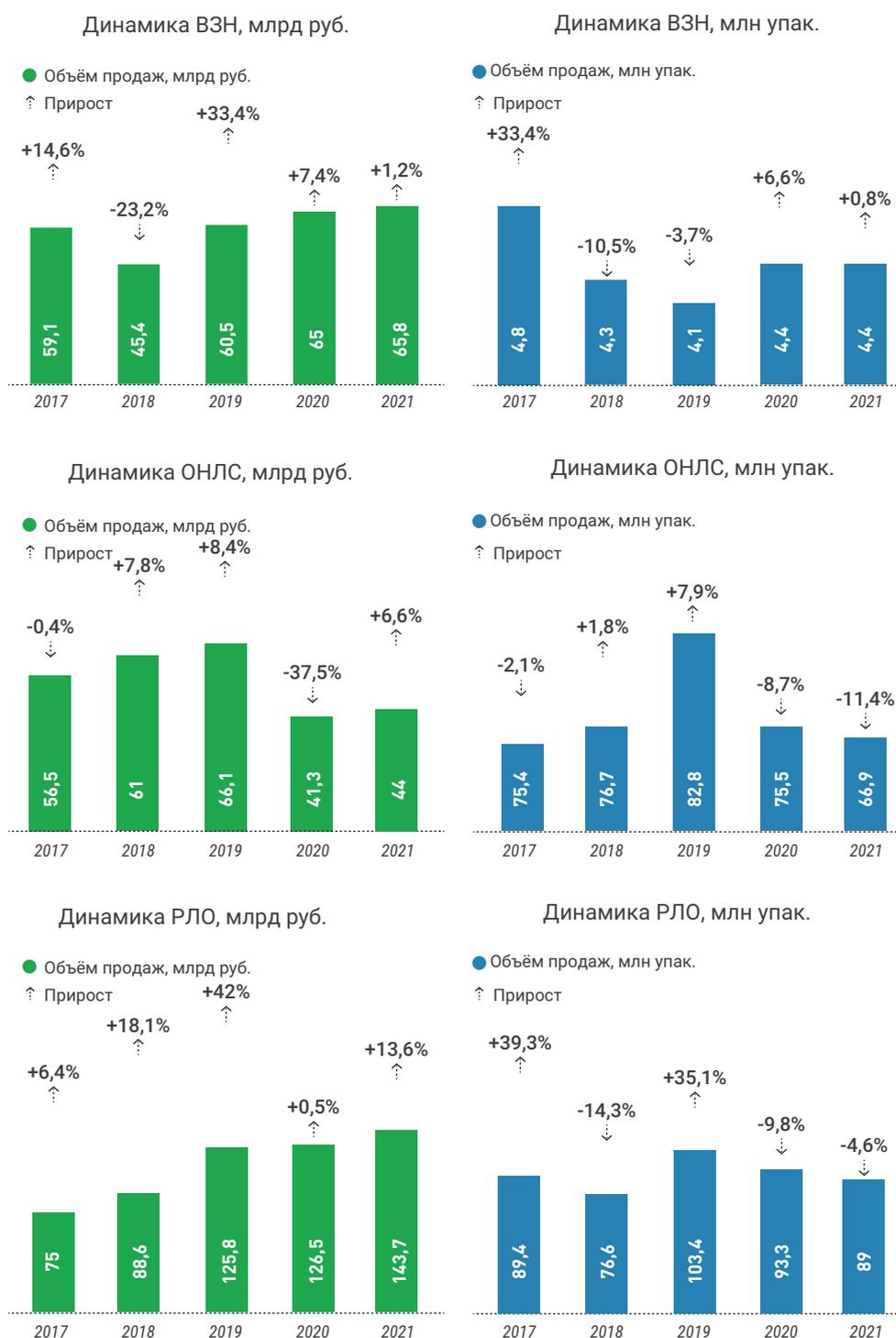
На программу ВЗН в 2021 году было израсходовано 65,8 млрд рублей, что на 1,2% больше, чем в 2020 году, и было реализовано около

4,4 млн упаковок, что на 0,8% больше по сравнению с прошлым годом.

Объём финансирования программы ОНЛС в 2021 году составил 44,0 млрд рублей, что на 6,6% больше, чем годом ранее. В натуральном выражении отмечено снижение

Рисунок 19

Динамика затрат по льготным программам, 2017-2021 гг.



числа приобретённых упаковок – на 11,4% относительно 2020 года, ёмкость сегмента в итоге составила 66,9 млн упаковок.

Объём региональной льготы сравним с федеральной программой. В 2021 году он даже превысил её. В 2021 году было закуплено лекарств на 143,7 млрд рублей (+13,6% относительно 2020 года), что составляет 89,0 млн упаковок (-4,6%).

Соотношение импортных и локализованных ЛП в ЛЛО

По программам ЛЛО закупаются в большей мере оригинальные дорогостоящие препараты, которые чаще всего являются импортными, в 2021 году мы отметили, что их доля в общих закупках выросла. За год доля локализованных препаратов в натуральном выражении сократилась на 4,3% (рис. 20). Но в стоимостном выражении тренд на увеличение доли препаратов, произведённых на территории России, сохраняется – в 2021 году прирост составил 0,1%. Объём потребления препаратов, произведённых на территории России, вырос на 9% в рублях и снизился на 12% в упаковках. Затраты на закупку импортных препаратов также были выше уровня 2020 года на 9% в деньгах и на 12% в упаковках.

Таким образом, соотношение между локализованными и импортными препаратами в денежном выражении сохранилось в пользу препаратов, завезённых из-за границы. В 2021 году 63% стоимостного объёма пришлось на них, и только 37% – на лекарства, производимые в России.

Процесс импортозамещения начался с препаратов, которые в большей массе представлены и закупаются по льготным программам. Именно поэтому доля локализованных лекарственных средств здесь наибольшая. Без учёта импортных препаратов, произведённых на территории России, доля отечественных лекарственных средств составила бы только 27,5% в рублях. Таким образом, «локализация» поднимает этот показатель на 9%.

Стоимость локализованных ЛП, по данным за 2021 год, была на уровне 781 руб., тогда как импортные стоили 3 930 руб.

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

В части ЛЛО, соответствующей высокозатратным нозологиям, доля локализованных препаратов в рублях заметно выросла от-

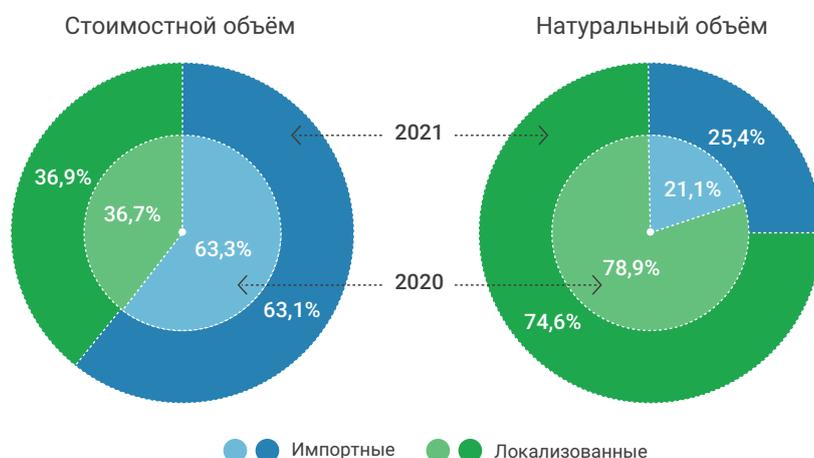


Рисунок 20

Соотношение продаж импортных и локализованных ЛП в 2021 году

носительно уровня 2020 года – на 10%, и составила 43%. Именно в этом сегменте самая большая доля импортных препаратов в упаковках (54%), которая за год выросла на 2%.

По программе ОНЛС доля импортных препаратов увеличилась, и составила порядка 53% в деньгах (против 50% в 2020 году). В упаковках локализованные лекарства заняли около 82% рынка (в 2020 году данный показатель был несколько выше – 84%). Таким образом, растёт закупка дорогостоящих импортных препаратов.

В региональной льготе в деньгах преобладают импортные препараты (69%, также наблюдается увеличение доли с 66% в 2020 году), в упаковках локализованные лекарства занимают 70% (-7% к 2020 году).

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

В таблицу вошли два действующих вещества («Инсулин лизпро» и «Эптаког альфа активированный») с заметным ростом доли российских препаратов, которые в 2020 году уже лидировали по объёму закупок внутри МНН.

Соотношение ЛП рецептурного и безрецептурного отпуска в ЛЛО

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

В 2021 году доля лекарственных средств рецептурного отпуска составила в стоимостном объёме 98% (-0,7% относительно 2020 г.), в натуральном – 93% (-0,8%).

Структура продаж ЛП по АТС-группам в ЛЛО

Соотношение закупок ЛП по программе ЛЛО по АТС-группам I уровня в России в 2021 году представлено в таблице 9.

Рейтинг АТС-групп по объёмам реализации в соответствии с программой ЛЛО довольно стабилен. В стоимостном объёме рынок достаточно высоко концентрирован – первые три АТС-группы занимают около 80% рынка.

Препараты группы [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» по-прежнему остаются самой финансируемой статьёй программы ЛЛО. В 2021 году

Рисунок 21

Соотношение продаж импортных и локализованных ЛП по подпрограммам в 2021 году

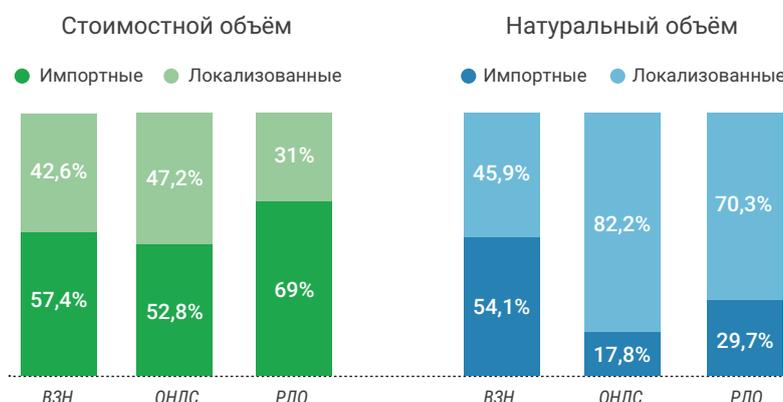


Таблица 8

ТОП-10 МНН
по «импортозамещению»
в 2021 году

МНН	Доля локализованных ЛП в рублях		Рост доли	Препарат-лидер в 2020 году (производитель)	Препарат «переключения» в 2021 году (производитель)
	2020	2021			
Помалидомид	21,0%	95,9%	+75,0%	Имновид (Bristol-Myers Squibb)	Помалидомид-Тл (Р-Фарм), Иматанго (Протек)
Такролимус	7,8%	63,0%	+55,2%	Адваграф (Astellas)	Прилуксид (Фармасинтез)
Интерферон бета-1а	0,0%	50,1%	+50,1%	Ребиф (Merck & Co), Синновекс (Синнаген)	Тебериф (Биокад)
Иммуноглобулин человека нормальный	8,2%	29,4%	+21,2%	Привиджен (CSL Behring)	Габриглобин (Иммуно-Гем)
Мацитентан	0,0%	16,9%	+16,9%	Опсамит (Johnson & Johnson)	Максикентан (Базис)
Икатибант	0,0%	15,2%	+15,2%	Фиразир (Takeda)	Икатибант (Рус Биофарм)
Тиотропия бромид	10,9%	20,7%	+9,7%	Спирива (Boehringer Ingelheim)	Тиотропиум (Фармстандарт), Респипум (Рус Биофарм)
Инсулин лизпро	52,2%	60,8%	+8,6%	РинЛиз (Герофарм)	РинЛиз (Герофарм)
Эверолимус	15,2%	23,1%	+7,9%	Афинитор (Novartis)	Николимус (Фармасинтез)
Эптаког альфа активированный	92,7%	98,9%	+6,2%	Коагил (Генериум)	Коагил (Генериум)

Таблица 9

Структура продаж
ЛП по АТС-группам
на рынке ЛЛО
в 2021 году

АТС-группы I уровня	Стоимостной объём закупок, млн руб.	Доля группы в стоимостном объёме	Натуральный объём закупок, млн упак.	Доля группы в натуральном объёме
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	112 431,1	44,3%	11,0	6,9%
Пищеварительный тракт и обмен веществ [L]	49 835,7	19,7%	48,4	30,2%
Препараты, влияющие на кроветворение и кровь [B]	38 094,5	15,0%	13,5	8,4%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	10 562,5	4,2%	23,6	14,7%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	9 365,3	3,7%	3,5	2,2%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	8 398,0	3,3%	17,3	10,8%
Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы [C]	7 546,0	3,0%	33,0	20,6%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	7 226,4	2,9%	2,4	1,5%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	4 491,4	1,8%	2,3	1,4%
Прочие препараты [V]	2 857,2	1,1%	2,2	1,4%
Препараты без указания АТС-группы	1 714,1	0,7%	0,3	0,2%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	376,3	0,1%	0,6	0,4%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	335,5	0,1%	1,6	1,0%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	268,6	0,1%	0,5	0,3%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	30,6	0,0%	0,1	0,1%

на их закупку было потрачено порядка 44,3% от общего объёма государственного финансирования. Это самая дорогостоящая группа препаратов в ЛЛО – средневзвешенная цена за упаковку составила 10 182 рубля. Затраты на закупку данных средств относительно 2020 года выросли в рублях на 15,2%. При этом объём закупленных упаковок заметно сократился – на 31,4%. В упаковках можно отметить переключение на оригинальные препараты. В 2021 году лидером группы стал отечественный бренд «Элизария» (МНН «Экулизумаб») производства «Генериум» с долей 9%, объём закупки иммунодепрессивного препарата вырос на 36,3%. На втором и третьем месте расположились иммунодепрессант «Ревлимид» (МНН «Леналидомид») от фирмы Bristol-Myers Squibb и ингибитор протеинкиназы «Имбрувика» (МНН «Ибрутиниб») корпорации Johnson & Johnson. Лекарственные средства занимают примерно 8% и 4% соответственно от стоимостных объёмов реализации группы [L].

Объём АТС-группы, расположенной на втором месте, меньше, чем у лидера, вдвое. В 2021 году это место принадлежит группе [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (доля 19,7% в рублях). Относительно предыдущего года было отпущено препаратов группы меньше на 1,0% в рублях и на 31,4% в упаковках. Порядка 73,2% этой группы приходится на препараты для лечения сахарного диабета ([A10]). В 2021 году лидером этой подгруппы по стоимостным объёмам продаж стал препарат «Туджео СолоСтар» (МНН «Инсулин гларгин») производства компании Sanofi. Препарат корпорации Novo Nordisk «Левемир» (МНН «Инсулин детемир») и компании AstraZeneca «Форсига» (МНН «Дапаглифлозин») заняли 2 и 3-ю строчки соответственно.

На третьем месте в рейтинге находятся препараты, влияющие на кроветворение и кровь (15,0%). В 2021 году группа [B] выросла в объёме на 8,4% в стоимостном выражении. В упаковках закупки увеличились на 38,4%.

В структуре ЛЛО пятёрку лидеров по АТС-группам в 2021 году покинула группа [N] «Препараты для лечения заболеваний нервной системы» – её место заняли противомикробные препараты для системного использования [J]. Доля 5 ключевых групп в стоимостном объёме выросла на 0,6%, и составила порядка 86,9%. Наибольшим приростом продаж отметилась группа [L], доля которой за год также заметно выросла с 41,9% до 44,3%. Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы реализуются преимущественно в РЛО и ВЗН.

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

Несколько лет подряд первую строчку занимают препараты для терапии злокачественных новообразований, так как онкологическое направление стало приоритетным в последнее время. На долю лидера пришлось 22,9% от стоимостного объёма всего сегмента ЛЛО. 73,8% лекарств отпускается по программе РЛО. В 2021 году данная группа продемонстрировала положительный прирост на 16,6% по отношению к предыдущему периоду.

Препараты для лечения заболеваний иммунной системы на второй строчке в рейтинге, и также показывают прирост закупок

на 13,7%. Основной объём затрат приходится на сегмент ВЗН (доля 61,6%).

Третье место в 2021 году заняли препараты для лечения сахарного диабета, которые в основном отпускались на региональном уровне (доля 68,0% в рублях).

Группы препаратов для терапии заболеваний кожи (+67,5%) выросли значительно прочим благодаря увеличению закупок препаратов: глюкокортикостероида для местного применения «Белодерм» (+241,2%), дерматопротекторного средства «Радевит» (+219,8%) и ингибитора интерлейкина «Дупиксент» (+99,0%). В большей мере эти бренды закупаются через региональный льготный сегмент.

Производители в сегменте ЛЛО

В таблице 11 представлены ТОП-20 производителей, лидирующих по объёму потребления в программе ЛЛО в 2021 году.

В 2021 году по программе льготного лекарственного обеспечения закупались препараты у 494 производителей. Причём в ВЗН участвуют только 32 компании, в ОНЛС — 267, а в региональной льготе закупаются препараты 472 предприятий. Такая картина

складывается по причине того, что списки препаратов в ВЗН законодательно регламентируются, а в остальной части льготы соответствуют потребностям каждого льготника.

Рейтинг заметно изменился – только 4 компании смогли сохранить позиции прошлого года. Остальные переместились на новые строчки. В 2021 году на первое место поднялась российская компания «Генериум» (доля 7,3% в рублях от льготных лекарств), объём реализации которой вырос на 19,2% за год. Биоинженерная компания нацелена на производство аналогов дорогостоящих импортных оригинальных препаратов. Государство закупает у компании порядка 9 брендов ЛП. Рост продаж произошёл в первую очередь за счёт увеличения закупок гемостатического средства «Октофактор» (+122,9% к 2020 году) и иммунодепрессивного средства «Элизария» (+36,3%).

Лидер прошлого года – компания Johnson & Johnson с долей 6,1% переместилась на вторую строчку, продемонстрировав снижение закупок препаратов из её портфеля на 2,5% относительно прошлого года. Номенклатурный ряд препаратов, закупаемых по льготным программам, включал в себя 37 брендов. Реализация 5 из 10 ключевых

Рисунок 22

Соотношение стоимостного объёма продаж АТС-групп в программе ЛЛО в 2021 году

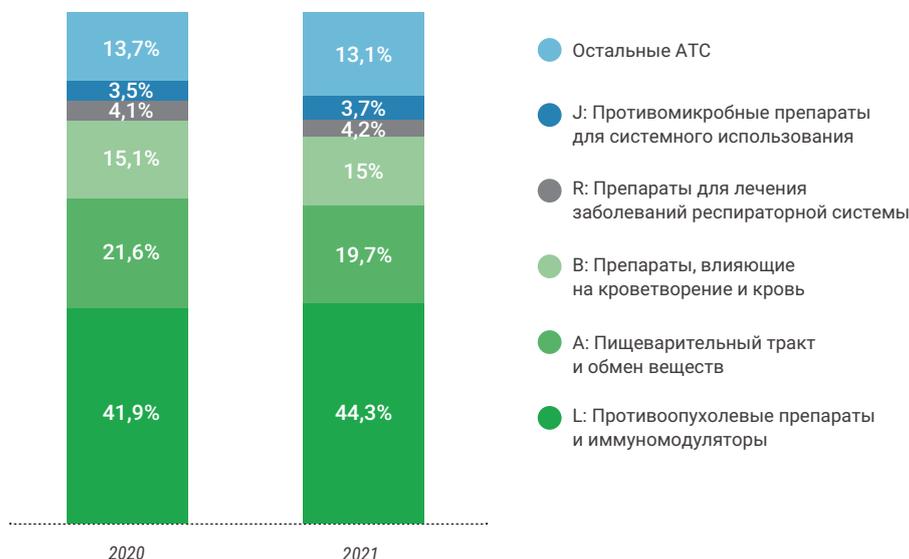


Таблица 10

Рейтинг затрат
в ЛЛО по заболеваниям
в стоимостном
выражении в 2021 году

Заболевание	Объём закупок, млн руб.	Прирост в руб.	Доля в руб.		
			ВЗН	ОНЛС	РЛО
Онкологические заболевания	58 080	16,6%	14,3%	11,9%	73,8%
Заболевания иммунной системы	54 351	13,7%	61,6%	9,1%	29,3%
Сахарный диабет	38 031	3,1%	-	32,0%	68,0%
Заболевания крови и органов кроветворения	37 793	8,3%	47,5%	13,4%	39,0%
Заболевания пищеварительной системы	13 096	-10,3%	37,2%	12,7%	50,1%
Заболевания органов дыхания	10 562	10,4%	9,6%	26,2%	64,2%
Заболевания, вызванные различными инфекционными агентами	9 384	15,0%	-	8,8%	91,2%
Заболевания нервной системы	8 398	1,9%	-	28,0%	72,0%
Заболевания костно-мышечной системы	7 226	-3,5%	-	15,1%	84,9%
Заболевания сердечно-сосудистой системы	6 000	8,6%	-	31,0%	69,0%
Прочее	5 359	24,3%	-	39,6%	60,4%
Заболевания, связанные с гормональными нарушениями	4 491	-7,4%	3,5%	45,3%	51,1%
Заболевания кожи	376	67,5%	-	40,8%	59,2%
Заболевания органов зрения	335	-9,7%	-	16,7%	83,3%
Заболевания репродуктивной системы мужчин и женщин	50	-22,2%	-	17,5%	82,5%

Таблица 11

ТОП-20
производителей ЛП
по потреблению ЛЛО
в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	+1	Генериум	18 495	7,3%	19,2%
2	-1	Johnson & Johnson	15 443	6,1%	-2,5%
3	+1	Novartis	13 704	5,4%	2,2%
4	+1	Sanofi	12 472	4,9%	-3,4%
5	-2	Bristol-Myers Squibb	12 021	4,7%	-19,2%
6	+2	AstraZeneca	10 714	4,2%	29,9%
7	+7	F.Hoffmann-La Roche	9 159	3,6%	75,8%
8	-2	Novo Nordisk	9 138	3,6%	-9,9%
9	-2	Биокад	9 004	3,6%	-3,9%
10	-	Pfizer	8 877	3,5%	27,6%
11	-2	Baxter	7 484	3,0%	-5,1%
12	+1	Bayer	7 470	2,9%	40,3%
13	+3	Boehringer Ingelheim	6 256	2,5%	29,0%
14	+9	Фармасинтез	6 122	2,4%	103,0%
15	-	GlaxoSmithKline	5 511	2,2%	6,2%
16	+4	Astellas	4 960	2,0%	35,5%
17	-5	Biogen	4 306	1,7%	-20,6%
18	-	Merck & Co	4 008	1,6%	-2,9%
19	-	Натива	3 863	1,5%	4,6%
20	+5	Герофарм	3 757	1,5%	40,7%

марок компании упала. Наибольшим снижением закупок отметились моноклональные антитела «Тизабри» (-38,9% относительно 2020 года) и «Дарзалекс» (-14,0%). При этом закупки антиагрегантного средства «Апбрави» выросли на 311,4%.

Третья строчка в 2021 году досталась корпорации Novartis (5,4%). Объём реализации производителя за год вырос на 2,2%. Портфель фирмы в льготном сегменте рынка существенно сократился с 87 до 76 брендов. Наибольшим спросом относительно 2020 года стали пользоваться: препарат «Юперио» (+131,7%) для терапии сердечной недостаточности и эссенциальной артериальной гипертензии; противоопухолевое средство «Рисарг» (+67,4%) для лечения у женщин рака молочной железы.

Самым заметным перемещением по рейтингу отметился отечественный производитель «Фармасинтез» (+9 строчек; +103,0% к 2020 году), портфель которого расширился с 82 до 87 брендов. Ведущим брендом в закупках стал аналог «Адваграфа» – иммунодепрессант «Прилуксид» (+4 299,1%) с МНН «Такролимус».

По итогам 2021 года уже пять российских производителей вошли в ТОП-20 по стоимостным объёмам реализации благодаря программе импортозамещения.

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

Компания «Генериум» вышла на первую позицию в программе «14 нозологий», в программах ОНЛС и РЛО лидируют компании Sanofi и Johnson & Johnson. В каждой из подпрограмм присутствует несколько отечественных производителей, наибольшее количество российских компаний – в ТОП-20

производителей лекарств в сегменте ОНЛС (7 компаний) и ВЗН (6 компаний). В региональном льготном сегменте всего два отечественных производителя – «Генериум» и «Герофарм» – вошли в двадцатку лидеров.

Препараты сегмента ЛЛО

В таблице 13 представлены ТОП-20 брендов, лидирующих по объёму закупок по программе ЛЛО в 2021 году.

Доля ТОП-20 брендов в 2021 году составила 30,4% от стоимостного объёма, что на 1,5% меньше, чем годом ранее.

На первую позицию поднялась «новинка» 2019 года – иммунодепрессант «Элизария» (+36,3%) производства российской корпорации «Генериум». Вторую строчку стоимостного рейтинга занял зарубежный иммунодепрессивный препарат «Ревлимид» (-15,6% относительно 2020 года) производства компании Bristol-Myers Squibb. Замыкает тройку лидеров аналог инсулина длительного действия «Туджео СолоСтар» (-15,1%) фирмы Sanofi.

В 2021 году рейтинг затронули глобальные перестановки. Восемь препаратов первой двадцатки – новички. Сильнее всех по рейтингу вверх продвинулись: препарат «Окревус» (+120 строчек) компании F.Hoffmann-La Roche для лечения пациентов с диагнозом рассеянный склероз; гипогликемическое средство «Джардинс» (+33 места) производства Boehringer Ingelheim; гипогликемическое средство «Форсига» (+18 мест) от AstraZeneca; гемостатическое средство «Октофактор» (+17 мест) производства «Генериум». Эти бренды в итоге и продемонстрировали максимальный прирост объёма закупок (+617,0%; +68,8%; +66,3% и +122,9% соответственно).

Таблица 12

ТОП-20
производителей ЛП
по объёмам закупок
в сегменте ЛЛО
в соответствии
с программами ВЗН,
ОНЛС, РЛО
в 2021 году

Рейтинг	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Производитель	Объём закупок, млн руб.
1	Генериум	12 424	Sanofi	3 672	Johnson & Johnson	10 293
2	Bristol-Myers Squibb	8 212	Novartis	3 103	Novartis	8 985
3	Биокад	6 163	Novo Nordisk	3 021	AstraZeneca	8 738
4	Baxter	6 024	Boehringer Ingelheim	2 321	Sanofi	7 561
5	Johnson & Johnson	4 181	Bayer	2 071	Pfizer	6 811
6	F.Hoffmann-La Roche	4 066	Pfizer	1 977	Novo Nordisk	6 117
7	Фармасинтез	3 395	AstraZeneca	1 976	Генериум	6 065
8	Octapharma	2 687	Герофарм	1 399	Bayer	5 400
9	CSL Behring	1 764	Фармстандарт	1 286	GlaxoSmithKline	4 992
10	Novartis	1 616	Биокад	1 111	F.Hoffmann-La Roche	4 148
11	Catalent	1 536	Bristol-Myers Squibb	999	Biogen	4 092
12	Astellas	1 321	Johnson & Johnson	969	Boehringer Ingelheim	3 935
13	Sanofi	1 239	F.Hoffmann-La Roche	945	Astellas	3 246
14	Takeda	1 184	Протек	904	Amgen	3 149
15	Синнаген	1 115	Fresenius	874	Bristol-Myers Squibb	2 809
16	Р-Фарм	1 029	Ipsen	828	AbbVie	2 772
17	Kedrion	996	Натива	817	Merck & Co	2 706
18	Dr.Reddy's	991	Фарм-Синтез (Москва)	744	Герофарм	2 358
19	Исследовательский Институт Химического Разнообразия	985	Озон	728	Teva	2 318
20	Натива	789	AbbVie	724	Takeda	2 316

Средневзвешенная цена для брендов ТОП-20 составила 7 129 руб./упак. Самым дорогостоящим препаратом стала марка «Спинраза» для лечения СМА в форме раствора для интратекального введения, средневзвешенная стоимость которого составляет порядка 1,2 млн рублей за упаковку. А гипогликемическое средство «Галвус», наоборот, оказалось самым «дешёвым» препаратом ТОП-20 (719 рублей).

Большинство ведущих препаратов относятся к группе [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (10 брендов). На второй строчке группа [A] «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (5 брендов). Третье место по данному показателю занимает группа [B] «Препараты, влияющие на кроветворение и кровь» с 4 торговыми марками.

Подавляющая часть препаратов рейтинга (13 брендов) — это лекарства, преимущественно отпускаемые по региональной льготной программе. Принадлежность к РЛО не исключает отпуск лекарств по ВЗН или ОНЛС. Именно поэтому рейтинги ведущих брендов по сегментам переключаются.

Ценовая сегментация в ЛЛО

В 2021 году средняя стоимость упаковки по программе ЛЛО за год стала выше на 17,6%, и составила около 1,6 тыс. рублей. Если говорить в разрезе подпрограмм, то в ВЗН самые дорогостоящие лекарственные препараты: в среднем одна упаковка закупается государством по 15 тыс. рублей (+0,4% при сравнении с 2020 годом). В региональной льготе цена стала выше на 19,0%, и составила 1 615 рублей. «Дешевле» всего закупают препараты по программе ОНЛС — по 658 рублей (+20,3%).

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

По всем программам самый заметный прирост закупок показали препараты из ценового диапазона «от 10 000 до 50 000 рублей»: в ВЗН — +15,5% в руб.; в ОНЛС — +41,1%; РЛО — +25,1%.



Рисунок 23

Структура программы ЛЛО в стоимостном выражении по ценовым сегментам в 2021 году

Таблица 13

ТОП-20 брендов
по стоимостному
объёму закупок
в ЛЛО в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Бренд	Производитель	Объём закупок, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	+1	Элизария	Генериум	9 752	3,8%	36,3%
2	-1	Ревлимид	Bristol-Myers Squibb	8 671	3,4%	-15,6%
3	-	Туджео СолоСтар	Sanofi	5 785	2,3%	-15,1%
4	+5	Ксарелто	Bayer	4 868	1,9%	54,2%
5	+8	Адвейт	Baxter	4 760	1,9%	67,7%
6	-1	Имбрувика	Johnson & Johnson	4 685	1,8%	18,8%
7	-3	Спинраза	Biogen	4 306	1,7%	-20,6%
8	+17	Октофактор	Генериум	3 735	1,5%	122,9%
9	-1	Ацеллбия	Биокад	3 489	1,4%	8,9%
10	-4	Левемир	Novo Nordisk	3 370	1,3%	-5,3%
11	+6	Кстанди	Astellas	3 263	1,3%	52,9%
12	+120	Окревус	F.Hoffmann-La Roche	2 845	1,1%	617,0%
13	-1	Дарзалекс	Johnson & Johnson	2 543	1,0%	-14,0%
14	+9	Линпарза	AstraZeneca	2 485	1,0%	41,3%
15	+18	Форсига	AstraZeneca	2 377	0,9%	66,3%
16	+3	Энплейт	Amgen	2 274	0,9%	16,0%
17	+9	Галвус	Novartis	2 103	0,8%	27,0%
18	+9	Инфибета	Генериум	1 968	0,8%	19,7%
19	+5	Энбрел	Pfizer	1 932	0,8%	14,7%
20	+33	Джардинс	Boehringer Ingelheim	1 893	0,7%	68,8%

Таблица 14

ТОП-20 брендов
по объёмам закупок
в сегменте ЛЛО
в соответствии
с программами ВЗН,
ОНЛС, РЛО в 2021 году

Рейтинг	ВЗН		ОНЛС		РЛО	
	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Бренд	Объём закупок, млн руб.	Бренд	Объём закупок, млн руб.
1	Ревлимид	8 212	Туджео СолоСтар	2 477	Элизария	5 856
2	Адвейт	4 755	Ксарелто	1 628	Имбрувика	4 564
3	Элизария	3 893	Левемир	1 128	Спинраза	4 092
4	Октофактор	3 732	Октреотид	905	Туджео СолоСтар	3 309
5	Ацеллбия	3 302	Энбрел	803	Ксарелто	3 240
6	Окревус	2 663	Джардинс	755	Кстанди	2 909
7	Инфибета	1 968	Форсига	725	Линпарза	2 473
8	Дарзалекс	1 913	Эральфон	688	Левемир	2 242
9	Тебериф	1 701	Кетостерил	631	Энплейт	2 225
10	Прилуксид	1 639	Хумира	578	Галвус	1 741
11	Наглазим	1 536	Новорапид	569	Колистин	1 662
12	Иларис	1 342	Тресиба	566	Форсига	1 652
13	Адваграф	1 321	Апидра	506	Тафинлар	1 634
14	Вилате	1 276	Джакави	465	Револейд	1 599
15	Терифлуномид	1 238	Спирива	455	Итулси	1 567
16	Тизабри	1 228	Китруда	453	Рисарг	1 500
17	Синновекс	1 115	Симпони	447	Тагриссо	1 351
18	Гемлибра	1 084	Тасигна	433	Джакави	1 267
19	Плегриди	1 040	Афинитор	433	Тасигна	1 235
20	Глатират	1 029	Росинсулин	422	Венклекста	1 146

4. Объём закупок лекарств ЛПУ

В 2021 году Президентом России был подписан указ о национальных целях развития страны на период до 2030 года. В их число вошли сохранение населения, здоровье и благополучие людей. Реализация этих целей напрямую связана с финансированием государственной программы «Развитие здравоохранения».

Расходы федерального бюджета России на здравоохранение на период 2022-2024 годов запланированы в размере более 3,6 трлн рублей. Бюджетные ассигнования по разделу «Здравоохранение» в 2022 году составят 1 243 465,8 млн рублей, в 2023 году – 1 210 775,9 млн рублей, в 2024 году – 1 237 932,4 млн рублей. По отношению к объёму ВВП соответствующего года доля расходов раздела «Здравоохранение» в 2022 и 2023 годах будет на уровне – 0,9%, в 2024 году – 0,8%. Доля в общем объёме расходов федерального бюджета на здравоохранение в 2022 году по сравнению с 2021 годом, которая составляла 5,8%, уменьшится и составит 5,3%. В 2022 и 2023 годах она также уменьшится до 4,9% и 5% соответственно. Но при этом относительно бюджета, который был сформирован годом ранее, объём выделенных денежных средств будет увеличен – примерно на 100 млн ежегодно.

Распространение коронавирусной инфекции отрицательно сказалось на выполнении итоговых показателей, которые контролируются для решения задач, поставленных в госпрограмме.

По результатам оценки численность населения России за 2 года сократилась почти

на 1,2 млн человек. Здесь и избыточная смертность при заболевании Covid-19, и низкий показатель рождаемости. Так, за 2020-2021 годы коронавирус стал причиной смерти более 660 тыс. человек. А в целом за 2021 год умерло 2,4 млн человек. Это выше среднего показателя смертности в 2017-2019 гг., который был на уровне 1,8 млн человек. На фоне роста смертности наблюдается и сокращение рождаемости. В 2021 году показатель составил 1,4 млн человек, что на 33 тыс. меньше, чем годом ранее, а относительно 2017 года отмечается снижение на 290 тыс. человек. В результате уже с 2016 года наблюдается естественная убыль населения России. По итогам 2021 года численность приблизилась к 145,5 млн человек.

Вышеописанные показатели влияют и на один из базовых показателей программы – продолжительность жизни. В 2019 году в России ожидаемая продолжительность жизни при рождении составила 73,34 года, в 2020 году – 71,54 года. Пока показатель 2021 года официально не озвучен, но по прогнозам он может составить менее 70 лет – 69,7-69,8 года. Это связано в том числе с высокой смертностью от Covid-19 в возрастной категории «60+» (например, в 2020 году почти 57% умерших от COVID-19 – люди старше 70 лет, 83% – люди старше 60 лет).

Целевым показателем, характеризующим достижение национальных целей к 2030 является ожидаемая продолжительность жизни до 78 лет. Эта цифра в 2020 году уже была снижена. Ранее такой продолжительности жизни в России должны были до-

стичь к 2024 году, а к 2030 году показатель должен был составить 80 лет. Коронавирусная инфекция скорее всего внесёт коррективы по достижению плановых величин, и ожидаемую продолжительность жизни к 2030 году придётся ещё раз снизить.

Одним из способов для реализации целей по увеличению продолжительности жизни является программа профилактических медицинских осмотров и диспансеризации населения. По ней в 2022 году произошло увеличение ассигнований на 8 млрд рублей. Также увеличены выделенные средства на реализацию инициативы «Оптимальная для восстановления здоровья медицинская реабилитация» на 9,2 млрд рублей, в 2023 году – на 10 млрд рублей.

Заметим, что коронавирус не только увеличил нагрузку на лечебно-профилактические учреждения, но и существенно повлиял на структуру работы больниц за последние 2 года. Изменения произошли в показателях по госпитализации, а это в свою очередь влияет на число зарегистрированных больных с диагнозом, установленным впервые в жизни по основным классам болезней (в 2020 году снижение в среднем на 2,8%). Общая заболеваемость населения в 2020 году снизилась на 5,3%, и составила 156 133 чел. (на 100 тыс. чел). В 2020 году по сравнению с 2019 годом выросла заболеваемость с диагнозом, установленным впервые в жизни, только по классу болезней органов дыхания (на 3,8%). Такая динамика связана с введением ограничительных мер во 2 квартале и возобновлением проведения диспансеризации и профилактических медицинских осмотров только с июля 2020 года. При этом в 2021 году также при увеличении количества инфицированных Covid-19 доступ к плановой медицине был затруднён. Поэтому восстановление в полной мере профилактических

и лечебных мер на уровне 2019 года ждать не приходится.

За последние 25 лет в России коечный фонд государственных медицинских организаций сократился на 705,6 тыс., или на 40%. На конец 2020 г. коечный фонд государственных медицинских организаций в России составлял 1 031,5 тыс. коек, или 7,0 коек на 1 000 населения. Для лечения Covid-19 в 2020 г. в России было задействовано 259,1 тыс. коек, или 25,1% суммарных мощностей коечного фонда круглосуточных стационаров страны. Лечение в больницах в 2021 году требовалось порядка 20% от общего числа инфицированных (около 1,4 млн человек). Исходя из динамики распространения Covid-19 на 2022 год в проекте заложена бесплатная госпитализация 705 666 пациентов с коронавирусом в круглосуточный стационар.

В связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией часть стационарных лечебных учреждений была перепрофилирована частично либо полностью под лечение пациентов с коронавирусной инфекцией. В результате это приводило к отмене плановых госпитализаций, поэтому ожидается, что по итогам 2020-2021 гг. будут снижены показатели по количеству пролеченных пациентов и проведённых операций по сравнению с 2019 годом. Так, в 2020 году число госпитализаций по «терапевтическим койкам» снизилось на 28%, по «хирургическим койкам» – на 24%, «неврологическим» – на 30%, «кардиологическим» – на 31% и т.д. Меньше всего снижение госпитализаций коснулось «онкологических пациентов» (-5%) и «беременных и рожениц» (-4%).

Всё это в ближайший год может привести к взрывному росту потока пациентов. В первую очередь тех, по которым медицинская помощь была отложена в предшествующие периоды, а, во-вторых, пациентов, нуждающихся в медицинской помощи для лечения

последствий перенесённой коронавирусной инфекции.

Для лечения Covid-19 приходилось менять структуру закупок лекарственных средств, увеличивая финансирование на рекомендованные для лечения заболевания препараты. Если в 2020 году такое перераспределение было не столь заметно, то в 2021 году существенная часть госпитальных закупок пришлась на эту группу МНН. В 2018-2019 годах стоимостной объём включённых в список МНН не превышал 10 млрд руб., в 2020 году составил 24,4 млрд руб., то в 2021 году на них пришлось 142 млрд руб. (а это почти 24% от финансирования ЛП для нужд ЛПУ).

Правительство на протяжении 2021 года выделяло дополнительно средства на приобретение нужных лекарств. В марте в регионы было отправлено 3,5 млрд руб. для компенсации медицинским организациям дополнительных расходов, связанных с лечением Covid-19, в июне было выделено порядка 25 млрд руб., в октябре – 4 млрд рублей за закупку ЛП для заболевших коронавирусом и 56 млрд руб. на борьбу с заболеванием, в декабре – ещё 10 млрд рублей.

Также увеличенная закупка «коронавирусных» препаратов объясняется ещё и тем, что пациенты, лечащиеся от Covid-19 амбулаторно, должны получать необходимые лекарства бесплатно. Так, например, из 20 млрд руб., выделенных правительством 25 января 2022 г. из резервного фонда на лекарства для больных с коронавирусом, более 5 млрд руб. направлено регионам на обеспечение лекарствами пациентов, которые лечатся на дому. Большая часть средств – свыше 15 млрд рублей – пойдёт на приобретение незарегистрированных в России препаратов для лечения пациентов в больницах.

В рекомендациях Минздрава РФ по лечению коронавирусной инфекции амбулаторно одобрены следующие препараты: фавипиравир (+1 017,9% в рублях к 2020 году), интерферон альфа (-90,2%), умифеновир (+503,8%), ремдесивир (новое МНН, в 2021 году объём закупок составил около 6 млрд рублей). Также назначается антикоагулянтный препарат для парентерального введения в профилактической дозе. Объём закупок АТС-группы [B01] «Антикоагулянты» вырос более, чем в 2,6 раза в стоимостном выражении.

Список препаратов, которые входят в рекомендации по лечению в стационаре намного шире. Сильнее всего росли следующие группы: препараты для лечения обструктивных заболеваний дыхательных путей (+5 860,1%) – дозированный порошок для ингаляций будесонид; противовирусные препараты для системного применения (+1 039,5%) – ремдесивир, умифеновир, фавипиравир; иммунодепрессанты (+872,0%) – анакинра, барицитиниб, канакинумаб, левилимаб, нетакимаб, олокизумаб, сарилумаб, тофацитиниб и тоцилизумаб.

Существенный прирост демонстрируют антикоагулянты (основное МНН в закупках – эноксапарин натрия), антибиотики (основное МНН в закупках – левофлоксацин), глюкокортикостероиды (основное МНН в закупках – дексаметазон), анальгетик парацетамол. А вот закупки иммуномодулятора интерферона альфа, наоборот, снизились, как и упоминалось выше. В 2021 году в закупках появился иммуноглобулин человека против COVID-19 (объём 62,4 млн рублей).

Все выше сказанное привело к тому, что закупка лекарственных средств для нужд медицинских организаций последние три года подряд показывает высокую динамику. По итогам года для нужд ЛПУ закупили

845 млн упаковок лекарственных препаратов на сумму 586 млрд рублей в оптовых ценах (аналитические данные отражают факты оплаты и поставки контрактов, исполненных за 2021 год). Относительно 2020 года больницы потратили на 47,3% больше бюджетных средств. Объём закупленных упаковок также вырос – на 4,6%.

Заметим, что закупка ЛП, связанная с распространением коронавирусной инфекции, вносит хоть и основной вклад в прирост госпитального сегмента, но не единственный. Финансирование уже существующих программ и добавление новых также привело к увеличению его ёмкости.

Программа **«Борьба с онкологическими заболеваниями»** действует уже на протяжении многих лет, и финансирование закупки необходимых препаратов неуклонно растёт. Если в 2020 году было израсходовано 127 млрд рублей, то в 2021 году было потрачено 133 млрд рублей. Рост финансирования на 5% связан в том числе и с появлением новых более современных препаратов, и с изменением схем лечения.

По данным Минздрава, в России в 2021 году было 3,7 миллиона онкобольных. Более

чем 556 тысячам россиян диагноз поставили впервые (таким образом, показатель вернулся на уровень 2019 года). Положительная динамика отмечается и по другим показателям ФП «Борьба с онкологическими заболеваниями» в 2021 году. Доля злокачественных новообразований, выявленных на первой-второй стадии, выросла в 2021 году (по данным на ноябрь) до 57,5%, тогда как в 2020 году она составляла 56,3%. Одногодичная летальность пациентов с онкологическими заболеваниями в 2021 году снизилась до 20,5%, в 2020 году показатель составлял 20,6%.

Федеральная целевая программа об организации обеспечения лекарственными препаратами лиц, инфицированных вирусом иммунодефицита человека и гепатитом (-18%), а также закупки по «Национальному календарю профилактических прививок» (-10%) снизились заметнее прочих. Финансирование программы по НКПП в 2022 году составит 22 млрд руб. (прирост около 13% к объёму 2021 года), по закупке препаратов для антиретровирусной терапии порядка 32 млрд руб. (на уровне 2021 года).

Вакцины для профилактики COVID-19 не повлияли на объём НКПП, так как они заку-

Динамика госпитальных закупок ЛП, млрд руб.



Динамика госпитальных закупок ЛП, млн упак.



Рисунок 24

Динамика госпитальных закупок, 2017-2021 гг.

паются централизованно и в дальнейшем распределяются по регионам.

Стратегия развития иммунопрофилактики инфекционных болезней до 2035 года предполагает охват населения прививками не менее 95%. Стратегия также направлена на оптимизацию календаря прививок, включение в него максимально полного перечня инфекций. Вакцинация для профилактики кори, краснухи и паротита на данный момент уже прописана в «Национальном календаре профилактических прививок» (НКПП); вакцинация против бешенства, менингококковой инфекции, ротавирусной инфекции, ветряной оспы – в «Календаре профилактических прививок по эпидемическим показаниям». Вакцинация от ротавируса будет включена в НКПП в 2022 году, от ветряной оспы – в 2023 году, от ВПЧ – в 2024 году, от менингококковой инфекции с применением четырёхвалентной вакцины – в 2025 году (распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 марта 2021 года № 774-р).

В 2021 году из федерального бюджета было выделено свыше 10 млрд рублей на программу амбулаторного льготного

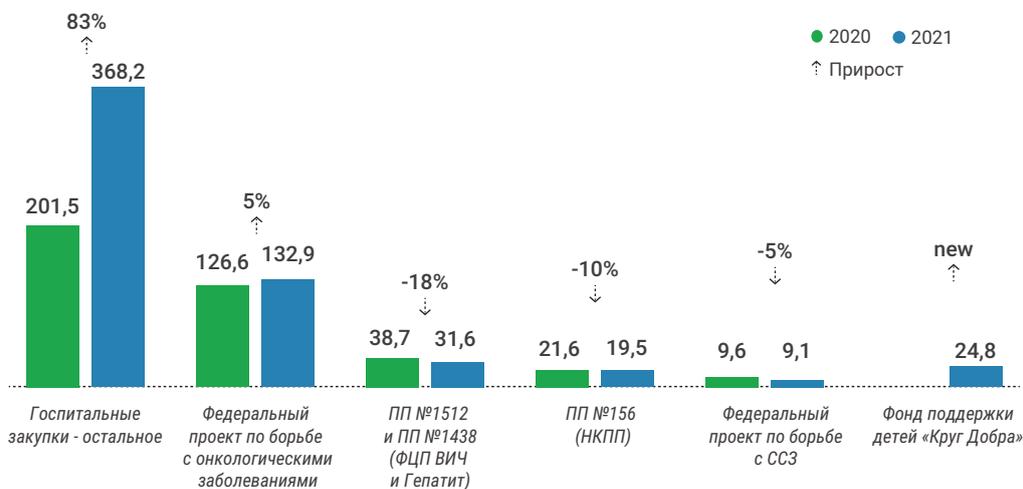
лекарственного обеспечения пациентов с **сердечно-сосудистыми заболеваниями** (ССЗ). Стартовавшая в 2020 году программа продлена до 2023 года. Причём раньше пациенты могли получать необходимые препараты в течение года, по новому распоряжению срок выдачи бесплатных препаратов продлён до двух лет. Программа направлена на поддержку людей, которые перенесли острые ССЗ, а также тех, кому были выполнены аортокоронарное шунтирование, ангиопластика коронарных артерий со стентированием и катетерная абляция по поводу ССЗ. В ней участвуют 23 лекарственных препарата.

5 января 2021 года был подписан Указ Президента РФ о создании фонда поддержки детей с тяжёлыми жизнеугрожающими и хроническими заболеваниями, в том числе редкими (орфанными) заболеваниями, который получил наименование **«Круг добра»**. Деньги в фонд поступают за счёт увеличенного на 2% налога на доходы физлиц (НДФЛ) для тех россиян, чей ежегодный доход превышает пять миллионов рублей. На 2021 год было собрано порядка 60 млрд руб. В итоге за год было закуплено препаратов на 25 млрд руб.

Рисунок 25

Динамика госпитальных закупок по программам

Динамика госпитальных закупок, млрд руб.



За год работы фонда лекарствами обеспечены или получили медицинскую помощь более 2 100 детей с тяжёлыми и редкими заболеваниями. Фонд уже обеспечивает детей со спинальной мышечной атрофией (СМА) необходимыми лекарственными препаратами, включая бренд «Золгенсма», который на настоящий момент считается самым дорогим лекарственным препаратом в мире (объём закупок в 2021 году составил 1 852,2 млн руб.). Со СМА обеспечены 1 085 детей, из них для 22-х детей приобретена «Золгенсма».

Тем не менее данный препарат только на третьем месте по объёму закупок. Наибольшее количество средств было израсходовано на закупку бренда «Спинраза» (10 832,6 млн руб.), на втором месте – «Эврисди» с объёмом 6 300,9 млн руб.

Список заболеваний, по которым фонд уже помогает, постоянно расширяется, и сейчас в перечне 44 нозологии. В бюджете заложено на программу «Круг добра» в 2022 году – 78,6 млрд руб., в 2023 году – 84 млрд руб., в 2024 – 89,8 млрд руб. Из них на закупку лекарств пойдёт: в 2022 году – 40,2 млрд руб., в 2023 году – 43 млрд руб., в 2024-м – 46 млрд руб.

Финансирование дорогостоящих программ привело к изменению структуры госпитальных закупок.

В отчётном периоде распределение объёмов в деньгах в сегменте ЛПУ изменилось в пользу медикаментов, произведённых на территории России. За год доля локализованных препаратов увеличилась на 3,4% в рублях до 49,5%. Это связано с тем, что такие позиции помимо преимущества по цене обладают ещё и привилегией по включению в тендер. Но при этом в упаковках доля перераспределилась в пользу импортных препаратов: до 17,8% (увеличение на 1%).

Количество закупленных упаковок и объём израсходованных средств выросли как в категории локализованных препаратов (+58,1% в руб. и +3,3% в упак.), так и импортных лекарств (+38,0% в руб. и +11,0% в упак.).

Объём закупок лекарств, произведённых в России, в 2021 году вырос на 58,1%. Высокий положительный рост отмечен у ингибитора интерлейкина «Илсира» (+4 648,3% относительно 2020 года), противовирусного средства для лечения новой коронавирусной инфекции «Арепливир» (+1 726,0%),



Рисунок 26
Структура госпитальных закупок по происхождению

а также у моноклональных антител «Артлегиа» (+1 512,3%).

На динамику реализации импортных средств (+38,0% в рублях) в большей мере повлияли закупки иммунодепрессивного средства «Олумиант» (+749,0% относительно 2020 года), антикоагулянтного средства прямого действия «Эликвис» (+504,2%) и препарата для терапии СМА «Спинраза» (+263,2%).

Средневзвешенная стоимость одной упаковки импортного средства по итогам 2021 года составила 1 972 рубля, что на 24,4% выше, чем годом ранее. Прирост средней цены локализованных лекарств составил 53,0%, но она всё равно значительно отстаёт (почти в 5 раз) от стоимости зарубежных ЛП, и составляет 417 рублей за упаковку.

Лидерами среди иностранных производителей, которые теперь производят лекарства в России, являются GlaxoSmithKline (19,3%), Pfizer (13,5%), AstraZeneca (12,7%). Основной объём «локализованных» ЛП – это противомикробные препараты и препараты, влияющие на кроветворение и кровь.

Несмотря на то, что в 2021 году распределение финансирования было в пользу импортных препаратов, процесс импортозамещения продолжается. Ниже приведён ТОП-10 МНН с максимальной долей «переключения» на отечественные препараты из ТОП-100 по объёму закупок (на данные МНН приходится 70% всех госпитальных закупок в деньгах).

В 2021 году список состоял из МНН, отличных от списка, сформированного в 2020 году. Таким образом, процесс «импортозамещения» охватывает с каждым годом дополнительный объём номенклатуры. В рейтинг по росту доли отечественных лекарств

вошло четыре МНН, у которых годом ранее лидером закупок был российский препарат (выделены цветом), расширение произошло за счёт увеличения его закупок либо включения в перечень закупок ещё нескольких отечественных препаратов.

Новый препарат ремдесивир стал закупаться в 2021 году, наибольший объём в МНН пришёлся на российский препарат «Ремдеформ» от компании «Фармасинтез».

Новые МНН, которые вошли в 2021 году в ТОП-100: препараты для лечения СМА рисдиплам (бренд «Эврисди» от компании F.Hoffmann-La Roche) и онасемноген абе-парвовек («Золгенсма» от Novartis), а также противовирусное средство ремдесивир («Ремдеформ» от «Фармасинтез» и «Веклури» от Gilead Sciences).

По данным за 2021 год, из 2 019 МНН, закупаемых больницами, в 700 МНН доля отечественных препаратов превышает 90%. При этом остаётся ещё 864 МНН, в которых преобладают импортные средства (их доля в закупках выше 90%), причём 52 из них попадают в ТОП-100 по объёму. Наиболее ёмкими МНН, представленными только импортными ЛП, пока остаются: препарат для лечения СМА «Нусинерсен», противоопухолевое средство «Ниволумаб» и антикоагулянтное средство прямого действия «Ривароксабан» – эти три МНН занимают 5,8% от госпитальных закупок.

Структура закупок ЛПУ по ценовым сегментам представлена на рисунке 27.

В 2021 году произошли заметные изменения в ценовой структуре больничных закупок. Доля высокого ценового сегмента «более 500 руб.» выросла на 4%. Все прочие категории отметились снижением веса в объёме закупок лекарственных препаратов для ЛПУ.

Таблица 15

ТОП-10 МНН по
«импортозамещению»
в стоимостном
выражении в 2021 году

Рейтинг	МНН	Доля отечественных ЛП, в рублях		Рост доли	Препарат-лидер (производитель), 2020	Препарат «переключения» (производитель), 2021
		2020	2021			
1	Ремдесивир	-	92,3%	92,3%	-	Ремдеформ (Фармасинтез)
2	Ритонавир	46,1%	99,99%	53,9%	Ритонавир (Лок-Бета Фармасьютикалс)	Ритонавир (Фармасинтез)
3	Иммуноглобулин человека нормальный	22,0%	46,0%	24,0%	Привиджен (CSL Behring)	Габриглобин (Иммуно-Гем)
4	Лопинавир+ Ритонавир	60,8%	82,6%	21,8%	Калидавир (Фармасинтез)	Лопирита (Нанофарма Девелопмент)
5	Дексаметазон	51,3%	70,5%	19,2%	Озурдекс (Allergan)	Дексаметазон (Эллара)
6	Гепарин натрия	52,7%	71,1%	18,4%	Гепарин (Велфарм)	Гепарин (Велфарм)
7	Далтепарин натрия	9,9%	27,9%	18,1%	Фрагмин (Pfizer)	Дальтеп (Фармасинтез)
8	Меропенем	53,9%	71,0%	17,1%	Меропенем (Красфарма)	Меропенем (Красфарма)
9	Надропарин кальция	0,0%	16,9%	16,9%	Фраксипарин (Aspen Pharma)	Элмапарин (Гротекс), Надропарин Кальция (Московский Эндокринный Завод)
10	Фулвестрант	0,0%	15,5%	15,5%	Фазлодекс (AstraZeneca)	Фазотикад (Биокад)

Самое существенное сокращение – у препаратов с ценой из диапазона от 150 до 500 рублей: доля уменьшилась с 10,4% до 7,8% за год. Таким образом, предпочтение отдавалось более дорогостоящим средствам.

В упаковках самым ёмким остаётся сегмент препаратов с ценой до 50 руб. – его доля составляет 45,2%. В 2021 году вес этого ценового диапазона заметно уменьшился – на 7% по сравнению с 2020 годом. Как и прежде, здесь наиболее покупаемыми средствами остаются препараты с МНН «Натрия хлорид» (34,8% от натуральных объёмов категории «менее 50 руб.»). Изменение структуры в упаковках в пользу сегмента «150-500 руб.» (+2,7%) произошло за счёт увеличения закупок дексаметазона; сегмента «свыше 500 руб.» (+4,1%) – за счёт арепливира.

Среди импортных препаратов наибольшую долю занимают лекарства с ценой свыше 500 рублей – 94,5% (рисунок 28). Среди локализованных препаратов ценовые сегменты «менее 50 руб.» (3,3%), «от 50 до 150 руб.» (5,4%) и «от 150 до 500 руб.» (12,4%) занимают невысокую долю, а наибольший объём продаж, составивший 78,9%, также приходится на категорию «более 500 руб.».

Если в сегментах со стоимостью упаковки до 500 рублей разница между средне-взвешенной ценой у импортных и отечественных препаратов не столь ощутима, то в самом ёмком сегменте «более 500 руб.» разница между российскими и зарубежными лекарствами остаётся значительной: почти в 2 раза.

Соотношение больничных закупок ЛП по АТС-группам I уровня в России по итогам 2021 года представлено в таблице 16.

Рейтинг лекарственных препаратов сегмента ЛПУ по АТС-группам существенно отличается от коммерческого рынка. ТОП 2021 года отличается и от прошлогоднего. И опять же причина – рост закупок препаратов для лечения нервно-мышечных заболеваний: спинальной мышечной атрофии и мышечной дистрофии Дюшенна (АТС-группа [M] переместилась в рейтинге на 3 позиции вверх); сурфактантов для профилактики и лечения респираторного дистресс-синдрома новорождённых (группа [R] поднялась на 1 место вверх); глюкокортикостероида «Дексаметазон», применяемого для лечения пациентов со среднетяжёлой и тяжёлой формами COVID-19 с вирусной пневмонией (группа [H] поднялась на 2 строчки вверх).

Рисунок 27

Структура госпитальных закупок по ценовым категориям в стоимостном выражении, 2020-2021 гг.



Последние 2 года первую строчку в сегменте госпитальных закупок в 2021 году занимает АТС-группа [L] «Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы» (доля 35,1% в стоимостном выражении), продемонстрировав заметный прирост закупок на 40,4% (с 2013 года закупки группы ежегодно растут). Увеличение объёмов продаж группы [L] в основном произошло за счёт увеличения закупок в подгруппе [L04] «Иммунодепрессанты» (+475,6% в рублях), а именно отечественных препаратов – ингибитора интерлейкина «Илсира» (+4 648,3%) от «Биокад» и моноклональных антител «Артлегиа» (+1 512,3%) от «Р-Фарм». В натуральном выражении также наблюдается заметный прирост противоопухолевых препаратов и иммуномодуляторов: +63,6%.

На втором месте находятся препараты, относящиеся к группе [J] «Противомикробные препараты для системного использования». В 2021 году объём группы вырос на 29,3%, но это почти в 2 раза меньше, чем рост госпитальных закупок в целом. Увеличение произошло за счёт роста закупок противовирусных препаратов [J05] (+89,3%) и антибиотиков [J01] (+62,0%). Что касается противовирусных лекарств, то наибольшим спросом стали пользо-

ваться следующие бренды: «Арепливир» (+1 726,0%) и «Коронавир» (+688,1%), кроме того, в 2021 году в закупках появились марки «Ремдеформ» и «Фавибирин». Все 4 препарата показаны для терапии новой коронавирусной инфекции. Расширение закупок в подгруппе АБП коснулось таких МНН, как «Цефепим+Сульбактам» (+148,7%), «Левифлоксацин» (+113,6%) и «Цефтриаксон» (+111,8%). Данные антимикробные средства применяются для лечения больных COVID-19 при осложнённых формах инфекции.

Группа [B] «Препараты, влияющие на кровь» (+102,2%) расположилась на 3-й позиции по объёму госпитальных закупок. Самой ёмкой подгруппой в 2021 году стала [B01] «Антикоагулянты», на долю которой приходится 68% объёма реализации группы в рублях. Лидерами закупок являются препараты на основе МНН «Эноксапарин натрия» (бренды «Эниксум», «Эноксапарин» и «Клексан»). Приём антикоагулянтов снижает риск развития тромбозов, который у пациентов с COVID-19 существенно повышен. 82,4% натурального объёма занимают плазмозамещающие и перфузионные растворы [B05] с ведущим МНН «Натрия хлорид».

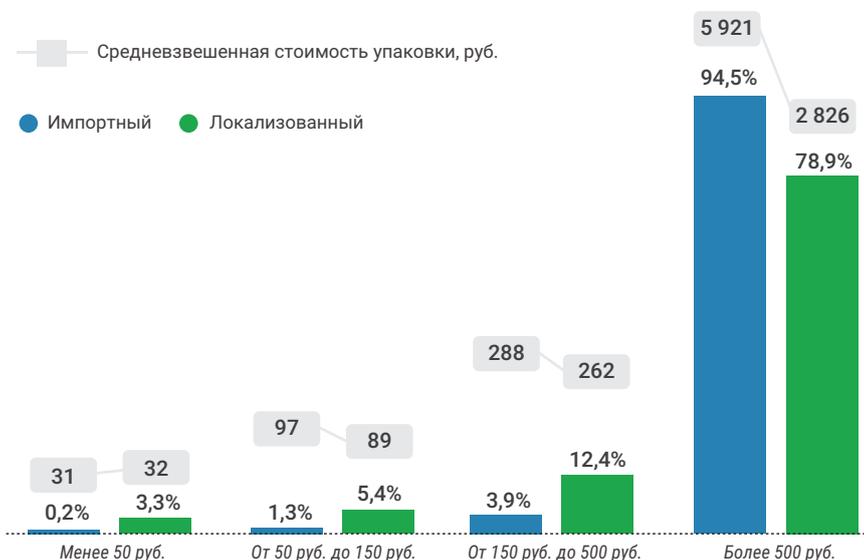


Рисунок 28

Структура госпитальных закупок по ценовым категориям для импортных и локализованных препаратов в стоимостном выражении в 2021 году

Таблица 16

Структура
больничных закупок
ЛП по АТС-группам
в 2021 году

АТС-группа I-го уровня	Стоимостной объём, млрд руб.	Доля группы в стоимостном объёме	Натуральный объём, млн упак.	Доля группы в натуральном объёме
Противоопухолевые препараты и иммуномодуляторы [L]	205,7	35,1%	30,5	3,6%
Противомикробные препараты для системного использования [J]	167,0	28,5%	269,9	31,9%
Препараты, влияющие на кроветворение и кровь [B]	88,7	15,1%	228,5	27,0%
Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы [M]	28,6	4,9%	18,0	2,1%
Препараты для лечения заболеваний нервной системы [N]	19,5	3,3%	76,1	9,0%
Прочие препараты [V]	18,2	3,1%	14,7	1,7%
Пищеварительный тракт и обмен веществ [A]	17,3	2,9%	56,7	6,7%
Препараты для лечения заболеваний респираторной системы [R]	8,5	1,4%	23,8	2,8%
Препараты для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы [C]	6,8	1,2%	40,1	4,8%
Гормональные препараты для системного использования (исключая половые гормоны) [H]	6,8	1,2%	25,6	3,0%
Препараты без указания АТС-группы	6,5	1,1%	0,7	0,1%
Препараты для лечения заболеваний органов чувств [S]	6,0	1,0%	4,5	0,5%
Препараты для лечения заболеваний кожи [D]	3,5	0,6%	52,1	6,2%
Препараты для лечения заболеваний урогенитальных органов и половые гормоны [G]	2,8	0,5%	3,2	0,4%
Противопаразитарные препараты, инсектициды и репелленты [P]	0,3	0,0%	0,7	0,1%

Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы (+241,0% в руб.) отметились максимальным увеличением закупок благодаря росту расходов медицинских организаций на дорогостоящие препараты для терапии СМА и МДД.

Сердечно-сосудистые заболевания (ССЗ) представляют наиболее острую проблему современной медицины, так как смертность от патологии сердца и сосудов находится на первом месте. При этом в 2021 году объём закупленных ЛП в группе [С] снизился на 7,3% в рублях по отношению к 2020 году.

В таблице 17 представлен рейтинг ТОП-20 производителей в сегменте ЛПУ по итогам 2021 года, который в сравнении с предыдущим годом имеет существенные отличия и по составу, и по расположению компаний. В ТОП-3 производителей вошли компании с высокой долей препаратов для лечения онкологических заболеваний.

Рейтинг возглавили две российские компании. В результате увеличения закупок на 51,9% на первое место поднялась корпорация «Биокад» (+2 строчки). Всего ЛПУ закупили 40 брендов, которые по программе импортозамещения заменяют зарубежные аналоги. Сильнее всего затраты больниц выросли на противоопухолевые средства «Илсира» (+4 648,3%), «Фортека» (+1 080,3%) и «Эфлейра» (+966,6%). Портфель фирмы расширился на 3 бренда по сравнению с 2020 годом.

В 2021 году общий объём бюджетных денежных средств, затраченных на закупку препаратов отечественной компании «Р-Фарм», составил 32,6 млрд рублей, что больше на 867,4%, чем годом ранее. В итоге российский производитель продвинулся в рейтинге на 25 строчек вверх. Основной вклад в прирост также внесли препараты АТС-группы [L]: «Абиратерон-ТЛ» (+10 597,6%),

«Артлегиа» (+1 512,3%) и «Пазопаниб-ТЛ» (+951,7%). Компания в госпитальный сегмент поставляет 37 брендов лекарственных препаратов.

Третью строчку по итогам года занял производитель F.Hoffmann-La Roche (+18,5%). Госпитальный ассортиментный ряд компании состоит из 42 брендов. Ведущий препарат F.Hoffmann-La Roche – бренд «Эврисди» показан для лечения спинальной мышечной атрофии (СМА) у взрослых и детей с 2 месяцев. Ещё 10 ключевых брендов относятся к группе [L]. Всего 11 основных препаратов занимают порядка 98% в объёме закупок швейцарской корпорации.

В ТОП-20 по стоимостному объёму больничных закупок вошло 7 отечественных производителей. Все российские предприятия продемонстрировали заметную положительную динамику: «Р-Фарм» (+867,4% в рублях и +25 мест в рейтинге), «Промомед Рус» (+405,4% и +22 места), «Велфарм» (+323,7% и +20 мест), «Протек» (+107,1% и +4 места), «Фармасинтез» (+58,0% и +2 места), «Биокад» (+51,9% и +2 места) и «Биннофарм Групп» (+39,2% и -2 места).

«Промомед Рус» поставляет больницам свыше 100 брендов, 92% от объёма реализации в стоимостном выражении занимают противовирусные лекарства и антибиотики. В 2021 году ЛПУ закупили основной препарат производителя для лечения COVID-19 «Арепливир» на сумму порядка 9,1 млрд рублей (+1 726,0% относительно 2020 года).

Среди ключевых препаратов компании «Велфарм» закупки заметно выросли у ноотропного средства «Цитиколин» (+957,0%), антибиотика-азалида «Азитромицин» (+784,9%) и у антикоагулянтного препарата прямого действия «Гепарин» (+492,1%). Всего госпи-

Таблица 17

ТОП-20 производителей
в сегменте ЛПУ
в стоимостном
выражении
в 2021 году

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

Рейтинг	Изменение к 2020	Производитель	Стоимостной объем, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	+2	Биокад	35 233	6,0%	51,9%
2	+25	P-Фарм	32 579	5,6%	867,4%
3	-1	F.Hoffmann-La Roche	29 401	5,0%	18,5%
4	+2	Фармасинтез	25 781	4,4%	58,0%
5	-4	Merck	21 755	3,7%	-18,6%
6	+1	Pfizer	20 842	3,6%	54,3%
7	-2	Bristol-Myers Squibb	19 805	3,4%	2,1%
8	+3	Bayer	19 598	3,3%	96,9%
9	-5	Sanofi	16 834	2,9%	-24,9%
10	-	AstraZeneca	14 851	2,5%	39,3%
11	-2	GlaxoSmithKline	13 917	2,4%	25,9%
12	+2	Novartis	13 440	2,3%	79,2%
13	+13	Biogen	12 700	2,2%	263,2%
14	-2	Johnson & Johnson	12 346	2,1%	27,2%
15	+22	Промомед Рус	12 062	2,1%	405,4%
16	+20	Eli Lilly	9 634	1,6%	272,6%
17	+4	Протек	8 203	1,4%	107,1%
18	-5	Abbott	8 108	1,4%	2,2%
19	-2	Биннофарм Групп	7 830	1,3%	39,2%
20	+20	Велфарм	7 567	1,3%	323,7%

тальный портфель фирмы в 2021 году включал в себя 77 брендов.

Падение закупок относительно 2020 года из рейтинга отмечено только у двух производителей – Sanofi (-24,9%; -5 строчек) и Merck (-18,6%; -4 строчки).

В таблице 18 представлен ТОП-20 брендов в сегменте ЛПУ по итогам 2021 года. Доля ТОП-20 брендов в госпитальных закупках составляет 29,4% – меньше на 4%, чем в предыдущий год.

Изменения в рейтинге довольно глобальные: в 2021 году ни один препарат ТОП-20 не сохранил позицию с 2020 года. Бренд «Артлегиа» (+1 512,3%) от «Р-Фарм» расположился на первой строчке (+53 места за год). Моноклональные антитела – это новейшее достижение в фармакологии, препараты принципиально нового класса, которые обладают целенаправленным действием. Раствор для подкожного введения «Артлегиа» закупается ЛПУ для пациентов с ревматоидным артритом средней или высокой степени активности.

На 2-е место с 229-го переместился ещё один иммунодепрессант производства «Биокад» под брендом «Илсира» (+4 648,3%), предназначенный для лечения ревматоидного артрита и патогенетической терапии синдрома высвобождения цитокинов при тяжёлом течении новой коронавирусной инфекции.

Препарат «Спинраза» (МНН «Нусинерсен»), который выпускает корпорация Biogen,

за год поднялся на 13 строчек вверх, заняв третье место в рейтинге брендов, в результате увеличения объёма закупок на 263,2%. Раствор для интратекального введения показан для лечения СМА. Препарат должен применяться постоянно и длительно.

В ТОП-20 вошли два новых препарата, которые не закупались в прошлом году – это марка «Эврисди» (12 место) для лечения спинально мышечной атрофии и бренд «Ремдеформ» (18 место) для терапии COVID-19 у взрослых с пневмонией, требующей дополнительной оксигенотерапии.

Рейтинг представлен следующими лекарственными средствами: антикоагулянты – 5 брендов; иммунодепрессанты для лечения ревматоидного артрита – 4 бренда; противовирусные средства при COVID-19 – 3 бренда; противоопухолевые препараты – 3 бренда; препараты для терапии СМА – 2 бренда; вакцина против гриппа – 1 бренд; противовирусное ВИЧ-средство – 1 бренд.

Помимо дорогих импортных лекарственных средств в «двадцатку» лидеров вошёл также и дешёвый отечественный препарат «Натрия Хлорид» (+34,9%) – растворитель и регидратирующее средство. В упаковках «Натрия Хлорид» – бессменный лидер, на его долю приходится 17% всех закупок в госпитальном сегменте. 38 производителей реализуют на рынке препараты под данным брендом. Лидерами в 2021 году стали российские компании «Медполимер Фирма», «Эском» и «Фармасинтез».

Таблица 18

ТОП-20 брендов
в сегменте ЛПУ
в стоимостном
выражении
в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Бренд	Стоимостной объём, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	+53	Артлегиа	21 598	3,7%	1 512,3%
2	+227	Илсира	14 936	2,5%	4 648,3%
3	+13	Спинраза	12 700	2,2%	263,2%
4	-2	Опдиво	12 024	2,1%	-9,9%
5	+26	Гепарин	10 497	1,8%	380,8%
6	+55	Коронавир	9 700	1,7%	688,1%
7	+145	Арепливир	9 138	1,6%	1 726,0%
8	+19	Ксарелто	9 031	1,5%	271,4%
9	+1	Натрия Хлорид	8 160	1,4%	34,9%
10	-7	Китруда	7 426	1,3%	-40,5%
11	+1	Тивикай	6 733	1,1%	18,9%
12	new	Эврисди	6 301	1,1%	new
13	+13	Актемра	6 134	1,0%	145,3%
14	-7	Ультрикс	5 917	1,0%	-10,2%
15	+36	Эниксум	5 500	0,9%	288,3%
16	-11	Авегра	5 436	0,9%	-40,5%
17	+66	Эликвис	5 422	0,9%	504,2%
18	new	Ремдеформ	5 420	0,9%	new
19	+90	Олумиант	5 388	0,9%	749,0%
20	+4	Фраксипарин	4 799	0,8%	90,2%

5. Биологически активные добавки

Пандемия Covid-19 показала ценность и важность крепкого иммунитета. Именно поэтому многие люди пересматривают свой образ жизни, питание, отношение к собственному телу. Один из способов укрепления иммунной системы – это приём витаминно-минеральных комплексов, которые являются большей частью биологически активных добавок. В результате эта группа ассортимента имеет высокую динамику продаж на протяжении последних лет.

Биологически активные добавки (БАД) – это часть аптечного ассортимента, но также могут реализовываться и в других точках продажи. До 1 января 2021 года продажи БАД были разрешены только через стационарные точки: аптечные организации, универсальные магазины и отделы специализированной торговли и специализированные магазины. С начала нынешнего года ограничения сняты (перестал действовать СанПиН 2.3.2.1290-03), и эту продукцию можно реализовывать всем субъектам торговли, в том числе через Интернет. Основным условием является наличие у такой продукции государственной регистрации и удостоверения о качестве и безопасности. Каких-либо иных нормативных документов, регламентирующих требования к организации производства и обороту биологически активных добавок к пище, сейчас нет.

Поэтому не удивительно, что одной из законодательных инициатив, с которой при-

дётся столкнуться производителям БАД в 2022 году, станет «маркировка», являющаяся в том числе одним из способов борьбы с фальсифицированной продукцией. После завершения всех этапов по введению обязательной маркировки лекарственных препаратов следующим закономерным шагом в процессе контроля продажи аптечного ассортимента становится внедрение аналогичной системы для контроля движения биологически активных добавок. Планировалось, что активная часть начнётся ещё весной 2021 года, но к тому моменту пока не полностью была отлажена маркировка лекарств, поэтому запуск маркировки БАД был перенесён на 2022 год.

Эксперимент по маркировке БАД проводится в соответствии с Постановлением Правительства № 673 от 29 апреля 2021 года. Нормативный акт устанавливает цели и задачи эксперимента, регулирует его порядок, а также определяет список товаров, подлежащих маркировке. С 1 мая 2021 года начался эксперимент по маркировке биологически активных добавок к пище, и он должен закончиться к 31 августа 2022 года. Дата начала обязательной маркировки будет определена после завершения пилота.

По данным ЦРПТ, на январь 2022 года в пилоте по маркировке БАД участвуют 81 производитель и 70 импортёров (это около 14% от всех компаний, которые реализуют свою продукцию на аптечном рынке БАД). При этом даже если компания уже представлена в системе «Честный

знак», не вся её продукция может попадать под маркировку. Например, крупнейший производитель БАД в России «Эвалар» выбрал только два наименования своей продукции в таблетированной форме. Выпуск первых партий маркированной продукции запланирован на февраль-март 2022 года. Также в настоящее время осуществляется проработка нанесения кодов на другие формы продукции: шипучие тубы, дой-паки, банки без пачки и другие.

Количество производителей БАД сравнимо с количеством производителей лекарств (около 1 100). Но производителей, которые делают и ЛП, и БАД, всего около 220. Таким образом, большая часть производителей должна будет готовиться к маркировке с нуля.

А если вернуться к вопросу мест продажи биологически активных добавок, то стоит отметить, что драйвером роста рынка в ближайшее время станут маркетплейсы и интернет-магазины. С момента разрешения доставки безрецептурных лекарств на дом выросла и популярность покупки БАД в «онлайне». Причём если аптечные онлайн-площадки развивают традиционный для аптеки ассортимент БАД, то на других площадках представлено большое количество производителей, которые не работают с аптеками, и им также придётся стать участниками процесса «маркировки».

По итогам 2021 года доля БАД, заказанных через аптечные интернет-площадки, составила более 12% от общей ёмкости аптечного рынка БАД, ещё около 6% приходится на маркетплейсы, такие как Ozon, Wildberries и «Яндекс.Маркет». Именно на последних сайтах можно найти бренды БАД, которые не реализуются в аптеках (например, Optimum Nutrition, Maxler, «Билайт», которые попадают в ТОП на маркетплейсах,

но их нет в аптечных продажах). Интернет и в дальнейшем будет играть существенную роль как канал продаж. В связи с тем, что биологически активные добавки относятся к безрецептурным средствам, у них нет ограничений в доставке, поэтому многие фармацевтические интеграторы продолжают активно продвигать их.

В качестве дополнительного контроля за продажей БАД в интернете может стать очередная законодательная инициатива, которая активно обсуждается в правительстве. Речь идёт о двух внесённых в Госдуму законопроектах, предполагающих внесудебную блокировку сайтов, на которых продаётся пищевая продукция, не прошедшая оценку соответствия и запрещённая к обороту. Совместно с Минпромторгом прорабатывается возможность блокировки отдельных страниц, а не всего сайта, а, по предложению Минцифры, из-под действия законопроекта выводятся социальные сети. Также блокировки можно будет избежать, если удалить информацию о товаре в течение 48 часов. Если обсуждаемые законопроекты будут приняты, то они станут документами, регламентирующими дистанционную продажу БАД.

Одним из первых сайтов, который может попасть под действие закона, является широко известная американская площадка iHerb. Заметим, что она уже не раз становилась предметом для судебных разбирательств. На протяжении последних лет сайту периодически выносятся решения о блокировании за наличие на нём запрещённой в России информации.

Всё это способствовало тому, что американская площадка заявила о готовности к регистрации своей продукции в России с целью подтвердить её соответствие са-

нитарным и гигиеническим нормам, установленным на территории РФ. Речь идёт, не только о БАД, но и о косметических средствах. Ранее iHerb объявляла о своих намерениях локализовать в России производство биодобавок. На текущий момент эксперты компании проводят аналитическую работу для определения пилотного региона.

Между тем для аптечной розницы iHerb является и площадкой для поиска продукции для расширения ассортимента, выпускаемого под собственной торговой маркой сети (СТМ). Эксклюзивные торговые марки мониторятся через зарубежные интернет-каналы, и востребованные товары могут потом появиться в какой-либо аптечной сети и быть представлены только в ней (так называемая категория условной торговой марки). Вообще, БАД – одна из популярных категорий для выпуска СТМ. При этом СТМ занимает уже около 9% аптечных продаж БАД в упаковках и около 5% в рублях.

СТМ – эта та категория, которая помогает аптеке повышать прибыль. Если в целом

на БАД наценка хоть и выше, чем наценка на лекарственные препараты, но при этом для поддержания конкурентных цен и привлечения потребителей аптекам приходится снижать наценку на данную группу ассортимента: в 2021 году наценка на БАД составила около 33%. По сравнению с 2015 годом данный показатель сократился на 9%. Отметим, что наценка снижалась на протяжении 5 лет, и 2021 год стал первым, когда показатель чуть вырос – приблизительно на 1%. А вот на биологически активные добавки, которые выпускаются как СТМ, наценка значительно выше – по итогам 2021 года она составила 60%. Таким образом, маржинальность категории СТМ в 2 раза выше, чем у обычных БАД.

Изменение спроса, популярность БАД на фоне распространения пандемии коронавирусной инфекции, продолжающееся развитие категорий СТМ и рост популярности онлайн-площадок – всё это привело к тому, что БАДы являются самой быстрорастущей категорией среди всего аптечного ассортимента. По итогам 2021 года ёмкость коммерческого рынка биодоба-

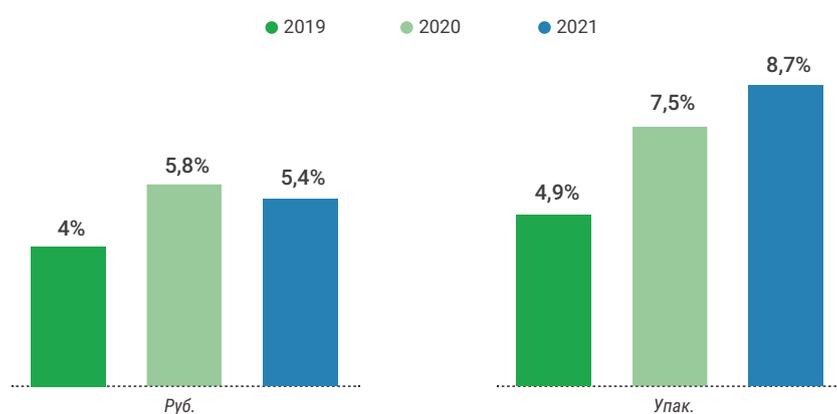


Рисунок 29

*Доля СТМ
в аптечных
продажах БАД*

вок составила 85,6 млрд рублей (+11,3% относительно 2020 года) или 341 млн упаковок (+0,9%). Последние три года рынок в упаковках держится примерно на одном уровне: прирост составляет порядка 1-2% в год. В 2021 году самым удачным для рынка стал 4-й квартал, на который пришлось порядка 30% годового оборота в рублях. А наибольший прирост относительно 2020 года был отмечен в апреле (+22,5% в руб. к 4 месяцу прошлого года) и июне (+19,5% к июню 2020 года).

В среднем одна упаковка БАД в 2021 году обошлась потребителю аптеки в 250,9 рублей (розничная цена), что на 10,2% выше, чем годом ранее. В ценах закупки аптек средневзвешенная стоимость БАД составляет порядка 187,8 рублей.

Рост цен и переключение потребителей на более дорогостоящие добавки заметно повлияли на структуру продаж по ценовым сегментам. Ощутимый прирост объема продемонстрировал «высокий» ценовой сегмент (+22,4% в руб., +23,8% в упак.). В результате структура рынка БАД в разрезе

ценовых категорий изменилась в пользу биодобавок с ценой свыше 500 рублей – удельный вес данной группы добавок к пище вырос на 5,0% в стоимостном выражении и на 2,9% в натуральном эквиваленте. Поэтому дорогостоящие добавки к пище принесли аптекам свыше половины выручки (доля 55,5% в руб.), для сравнения в 2017 году данный показатель составлял только 35,5%. Цена на спрос не влияет, так как меняется портрет самого потребителя, и рынок БАД растёт за счёт обеспеченных людей, ориентированных на здоровый образ жизни.

На втором месте по ёмкости на рынке в стоимостном объёме добавки из категории «от 300 до 500 руб.» (20,5%).

Самыми востребованными у россиян на рынке по-прежнему остаются дешёвые БАД, при этом их объём реализации сократился на 7,9% в рублях и на 8,2% в упаковках. Как результат, средства из ценового диапазона «до 50 руб.» постепенно вымываются с полок: в 2021 году их доля сократилась на 3,4% до 34,4% проданных

Рисунок 30

Динамика аптечных продаж БАД в России



упаковок. Из-за низкой стоимости в рублях вес нижнего сегмента чуть превышает 3% (-0,6% по сравнению с 2020 годом). Бренды «Гематоген» и «Аскорбиновая кислота» составляют более 40% объёма продаж в упаковках сегмента с ценой «до 50 рублей».

Динамика цен на биодобавки была проанализирована с помощью индекса цен Ласпейреса. Одной из причин роста средневзвешенных цен стала инфляция на БАД. В 2021 году цены в рублях на БАД увеличились на 5,0%, но показатель был ниже, чем в 2020 году.

БАД позиционируются производителями как добавки к пище для профилактики различных заболеваний. Классификатор БАД по действию, разработанный в компании DSM, содержит 17 разделов, большинство из которых имеют 2-й подуровень, а некоторые разделы – 3-й.

Рейтинг за год несколько изменился:

- Группа [В] «БАД, действующие на кровотоковую систему» (+23,2%) заметно укрепила свою позицию в рейтинге, переместившись на две строчки вверх за счёт роста продаж.
- Добавки, действующие на мочевыделительную систему (+17,2%), и БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях (-2,1%), поменялись местами в результате разнонаправленной динамики.

Традиционно самыми востребованными на рынке остаются добавки общего назначения группы [V] «БАД, действующие на организм в целом» (доля 33,1% в рублях). При сравнении с 2020 годом объём реализации этой группы БАД вырос на 14,0%. Основные бренды биодобавок в группе [V]: Solgar (доля в продажах группы – 13,8% в руб.) корпорации Solgar Vitamin and Herb и «Эвалар» (6,9%) одноимённой компании.

Вторую строчку удерживает группа [A] «БАД, действующие на пищеварительную систему» (20,0%), которая продемонстрировала прирост продаж на 13,2%. В данной группе наиболее востребованы позиции «Максилак» (доля в продажах группы – 14,0% в руб.) отечественного производителя «Биннофарм Групп» и «Бак-Сет» (12,2%) компании PharmaMed.

Третье место – у группы [N] «БАД, влияющие на функции центральной нервной системы» (9,1%), которая также показала положительную динамику продаж: +5,9%. Группу возглавили добавки отечествен-

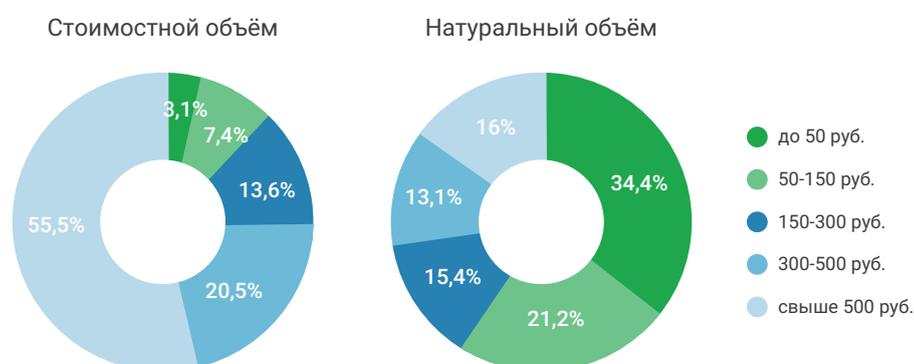


Рисунок 31

Соотношение продаж БАД по ценовым сегментам в 2021 году

ного производителя «Эвалар» – «Эвалар Глицин» (доля в продажах группы – 11,2% в руб.) и «Формула Спокойствия» (10,3%).

13 групп показали положительную динамику. Максимальный темп прироста отмечен у групп:

- добавки, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами (+25,1%): положительную динамику группе [D] обеспечили бренды «Цинкорол» (+118,4%), Anti-Age (+97,1%) и «Перфектил» (+54,8%);
- БАД, действующие на кроветворную систему (+23,2%): реализация брендов группы [B] «Фолиевая Кислота» и «Витамир» возросла на 272,6% и 115,4% соответственно;
- биодобавки, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях (+19,6%), на третьем месте по годовому темпу прироста: бренды «СТОПразит 9-ка» (+89,7%) и Now Foods (+80,1%) сыграли основную роль в положительной динамике группы.

Продажи заметнее всего упали у популярной ранее группы [W] «БАД для похудения и очищения организма» – на 13,4%. Объём реализации линеек «Модельформ», «Редуксин Лайт» и «Турбослим» для сниже-

ния веса в 2021 году сократился на 37,3%, 22,2% и 17,0% соответственно.

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

По итогам 2021 года на аптечных полках было представлено 3 040 брендов БАД (порядка 11 127 SKU) от 1 054 производителей. За год на рынке появилось более 330 новых брендов. Если раньше новинки легко занимали топовые позиции за счёт грамотного продвижения, то сейчас привести «интересные» продукты стало сложнее.

Самой успешной «новинкой» стала марка «Терафлекс» (производитель Bayer), которая по итогам года разместилась на 247-й строчке (объём продаж – 60,7 млн рублей). Потребителю уже давно знаком данный бренд, реализуемый в различных лекарственных формах как лекарственный препарат. В 2021 году в аптеках появилась и добавка к пище «Терафлекс Плюс», которая содержит глюкозамин и хондроитина сульфат, усиленные витаминами группы В. Данная комбинация способствует восстановительным процессам в позвоночнике и окружающих тканях при состояниях, которые сопровождаются болью в спине.

Рисунок 32

Изменение цен БАД на аптечном рынке России



Таблица 19

Рейтинг продаж по разделам классификатора БАД в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Группа	Стоимостной объём, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	-	БАД, действующие на организм в целом [V]	28 361,4	33,1%	14,0%
2	-	БАД, действующие на пищеварительную систему [A]	17 102,3	20,0%	13,2%
3	-	БАД, влияющие на функции центральной нервной системы [N]	7 790,7	9,1%	5,9%
4	-	БАД, влияющие на репродуктивную систему [G]	6 458,7	7,5%	6,9%
5	-	БАД, применяемые при заболеваниях костной системы [M]	6 253,3	7,3%	11,0%
6	-	БАД для поддержания функций сердечно-сосудистой системы [C]	3 911,3	4,6%	9,3%
7	-	БАД, применяемые при заболеваниях дыхательной системы [R]	3 037,6	3,6%	14,3%
8	-	БАД, применяемые для устранения различных проблем с кожей и волосами [D]	2 733,3	3,2%	25,1%
9	+2	БАД, действующие на кроветворную систему [B]	1 835,4	2,1%	23,2%
10	-1	БАД для похудения и очищения организма [W]	1 821,3	2,1%	-13,4%
11	-1	БАД, поддерживающие функцию иммунной системы [I]	1 738,2	2,0%	9,1%
12	-	БАД, действующие на органы чувств [S]	1 579,3	1,8%	7,4%
13	+1	БАД, действующие на мочевыделительную систему [U]	999,6	1,2%	17,2%
14	-1	БАД, применяемые при отравлениях и интоксикациях [T]	951,4	1,1%	-2,1%
15	-	БАД, влияющие на функцию желез внутренней секреции [H]	784,9	0,9%	-1,4%
16	-	БАД, применяемые при вирусных, бактериальных и грибковых заболеваниях [J]	135,2	0,2%	19,6%
17	-	БАД, применяемые для лечения и профилактики онкологических заболеваний (кроме опухолевых заболеваний репродуктивной системы) [O]	66,3	0,1%	-12,2%

В рейтинге ТОП-20 брендов, лидирующих по стоимостным объёмам продаж, можно отметить ряд существенных изменений. Тройка лидеров также изменилась. За исключением лидера – линейки пищевых биодобавок Solgar (доля 7,2% в руб.), действующих как на организм в целом, так и на его отдельные системы, от компании Solgar Vitamin and Herb. На второй строчке расположились добавки под маркой «Эвалар» (3,6%) одноимённого производителя, которые включают в себя широкий перечень продукции. Замыкает тройку лидеров синбиотик «Максилак» (2,8%) для поддержания баланса микрофлоры желудочно-кишечного тракта. Эту добавку выпускает российская корпорация «Биннофарм Групп».

В рейтинг попали три новинки. СТМ «Будь Здоров!», которую для аптечной сети производят 8 компаний. За счёт увеличения продаж на 71,5% марка поднялась на 11 строчек вверх, и заняла 17-е место. Объём реализации ещё одной новинки – витаминно-минерального комплекса для беременных и кормящих женщин «Элевит» (+10 мест) от фирмы Bayer – вырос на 80,6%. С 24 на 20-е место переместился бренд

«Витамир» отечественного производителя «Квадрат-С». За год реализация витаминных комплексов увеличилась на 30,5%.

Наиболее ярко себя проявил бренд «Эвалар» (+87,2%; +3 строчки), который продемонстрировал максимальный темп прироста среди «двадцатки» лидеров. Марка включает в себя широкую линейку продукции: положительную динамику обеспечили добавки для поддержания и укрепления иммунитета – «Эвалар Цинк» (+1 601,1%), «Эвалар Цинк+D3+C+Кверцетин» (+1 185,7%) и «Эвалар Цинк+Витамин С» (+151,6%). Из отрицательных изменений отметим «-17,1%» у марки Natures Bounty.

Отметим, что в период распространения коронавирусной инфекции популярность витаминных комплексов, особенно для профилактики иммунитета, заметно выросла. Поэтому средства, которые относятся к этой категории растут сильнее рынка в целом.

Компания «Эвалар» остаётся самой представленной в рейтинге брендов – шесть позиций из двадцати принадлежат ей, их доля составила 10,9% (+1,1% относительно 2020 года).

Рисунок 33

Динамика продаж БАД по разделам классификатора в рублях



Таблица 20

ТОП-20 брендов БАД
в России в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Бренд	Стоимостной объем, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	-	Solgar	6 123,1	7,2%	1,6%
2	+3	Эвалар	3 113,0	3,6%	87,2%
3	+4	Максилак	2 389,8	2,8%	47,8%
4	-2	Доппельгерц	2 336,5	2,7%	12,7%
5	+4	Бак-Сет	2 097,2	2,5%	38,6%
6	-	Детримакс	1 925,8	2,3%	18,0%
7	-4	Фитолак	1 883,5	2,2%	-3,1%
8	-4	Фемибион	1 851,5	2,2%	10,3%
9	+1	Anti-Age	1 771,7	2,1%	60,6%
10	-2	Витрум	1 443,8	1,7%	-4,6%
11	+3	Витамишки	954,8	1,1%	1,7%
12	+6	ВТФ	913,6	1,1%	20,5%
13	-	Супрадин	889,7	1,0%	-10,5%
14	-3	Турбослим	877,0	1,0%	-17,0%
15	+2	Эвалар Глицин	872,0	1,0%	-1,1%
16	-4	Natures Bounty	842,0	1,0%	-17,1%
17	+11	Будь Здоров!	804,6	0,9%	71,5%
18	-3	Формула Спокойствия	800,8	0,9%	-11,1%
19	+10	Элевит	771,7	0,9%	80,6%
20	+4	Витамир	757,1	0,9%	30,5%

На рынке биологически активных добавок преобладают средства российского производства. Отечественные БАД занимают 77,5% натурального объёма продаж и 51,7% стоимостного. Если в рублях структура рынка изменилась в пользу российских биодобавок (их вес на рынке вырос на 0,2%), то в упаковках, наоборот, доля импортных БАД увеличилась с 21,6% до 22,5% за год.

При рассмотрении абсолютных показателей можно отметить увеличение продаж у обеих категорий в стоимостном объёме: реализация импортных добавок в 2021 году по отношению к 2020 году выросла на 10,8%, отечественных БАД – на 11,7%. Объём продаж в упаковках у российских биодобавок сократился на 0,2%, у зарубежных БАД увеличился на 4,9%.

Средняя стоимость упаковки отечественного БАД в 2021 году составила 167 рублей (+11,9% относительно 2010 года), что приблизительно в 3 раза ниже стоимости упаковки импортного средства – 540 рублей (+5,6%).

Среди иностранных производителей лидируют БАД производства США (37,7%), Германии (20,5%) и Индии (6,3%). Среди американских БАД наиболее популярна продукция компании Solgar Vitamin and Herb (серия БАД Solgar). Список немецких производителей возглавляют корпорации Stada (бренды «Витрум» и «Артра») и Queisser Pharma (серия БАД «Доппельгерц»). Среди производителей из Индии лидируют компании Dr.Reddy's (БАД «Фемибийон») и Sun Pharmaceutical («Неотрависил»).

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

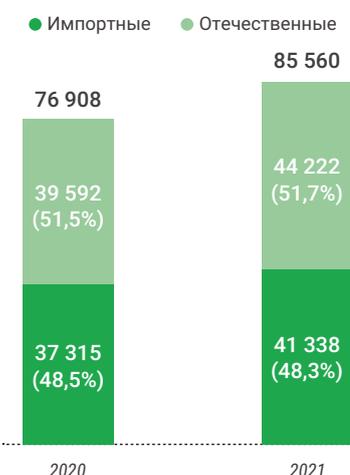
Концентрация производителей на фармацевтическом рынке добавок к пище довольно высокая – ТОП-20 компаний занимает 62,1% рынка.

Лидером рынка на протяжении уже многих лет остаётся российская компания «Эвалар» (доля 16,2% в рублях). В 2021 году был зафиксирован подъём объёма реализации

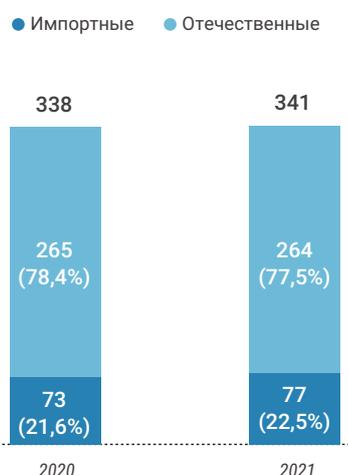
Рисунок 34

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства

Соотношение импортных и отечественных БАД, млн руб.



Соотношение импортных и отечественных БАД, млн упак.



на 16,1%. Положительную динамику производителю обеспечили добавка «Эвалар» (+87,2%), которая включает в себя широкую номенклатуру продукции, и линейка БАД Anti-Age (+60,6%), направленная на омоложение организма изнутри. А объём продаж серии травяных чаёв «Эвалар Био» и линейки средств для похудения «Турбослим», наоборот, сократился на 19,8% и 17,0% соответственно. В настоящий момент в портфеле «Эвалар» находится 380 различных торговых наименований БАД, объединённых в 93 линейки с одним брендом. Ежегодно на рынок запускаются новые продукты компании. В 2021 году «Эвалар» продолжил перестраивать свои производственные мощности на выпуск актуальных во время пандемии биодобавок для укрепления иммунитета и защиты от вирусов: витаминов D3 и С, цинка и др. На прилавках аптек появилось свыше 90 новых БАД с учётом формы выпуска. Самая успешная новинка – витамин С в форме шипучих таблеток «Эвалар Витамин С таблетки шипучие 2000 мг 3,8 г №15». В 2021 году его объём реализации составил 91,6 млн рублей. Помимо добавок к пище компания в 2021 году пополнила свой ассортиментный портфель первой зубной пастой «Мирамед», в составе которой

содержится антисептик бензилдиметил[3-(миристоиламино)пропил] аммония хлорида моногидрата. Производитель продвигает «Мирамед Антисептик», как пасту, предназначенную для борьбы с воспалением дёсен и защиты от простудных вирусов.

Американский производитель Solgar Vitamin and Herb (7,2%) расположился на второй строчке, показав прирост продаж на 1,6%. У компании всего один бренд – Solgar, который представляет собой серию биологических добавок с различным спектром действия: от БАД для поддержания пищеварительной системы до добавок, влияющих на функционирование ЦНС. Объём реализации у пяти основных торговых наименований компании увеличился. Наибольший темп прироста был отмечен у позиций, рекомендуемых производителем в качестве дополнительного источника магния – «Solgar Цитрат Магния» (+31,1%), витамина С, цинка и меди – «Solgar Кожа/Ногти/Волосы» (+26,7%) и железа – «Solgar Джентл Айрон Легкодоступное Железо» (+22,2%). При этом в портфеле производителя присутствует и падающая группа биодобавок: «Solgar Витамин D3» (-32,6%), «Solgar Мульти I» (-30,2%) и «Solgar Пиколинат Цинка» (-13,4%).

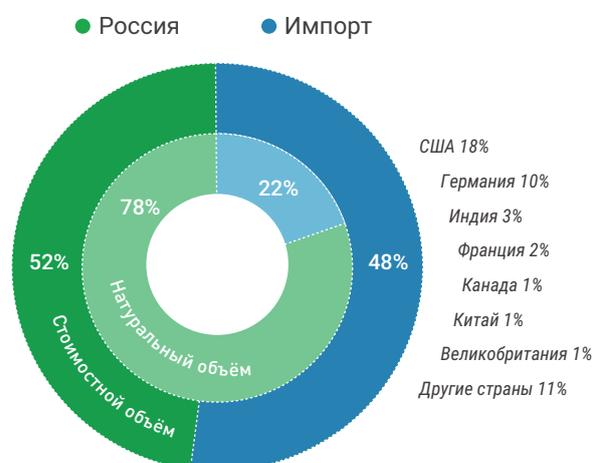


Рисунок 35

Соотношение продаж БАД отечественного и импортного производства по странам в 2021 году

Таблица 21

ТОП-20
производителей БАД
в России в 2021 году

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

Рейтинг	Производитель	Стоимостной объем, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	Эвалар	13 834,6	16,2%	16,1%
2	Solgar Vitamin and Herb	6 123,1	7,2%	1,6%
3	PharmaMed	4 543,9	5,3%	21,6%
4	Квадрат-С	3 247,1	3,8%	20,3%
5	Stada	2 918,4	3,4%	-14,8%
6	Unipharm	2 893,7	3,4%	20,7%
7	Биннофарм Групп	2 391,9	2,8%	47,3%
8	Queisser Pharma	2 336,6	2,7%	12,6%
9	Внешторг Фарма	2 246,0	2,6%	18,6%
10	Dr.Reddy's	2 025,4	2,4%	8,4%
11	Bayer	1 722,4	2,0%	21,2%
12	Отисифарм	1 567,7	1,8%	-24,1%
13	Bausch Health	1 399,9	1,6%	-5,8%
14	Laboratoires Ineldea	1 238,0	1,4%	27,4%
15	Мирролла	1 011,9	1,2%	68,3%
16	Natures Bounty	842,0	1,0%	-17,1%
17	Биокор	748,0	0,9%	6,0%
18	Polpharma	720,6	0,8%	-3,3%
19	Recordati	707,8	0,8%	-19,4%
20	Фарм-Про	690,4	0,8%	10,1%

Производитель PharmaMed (5,3%) с основным продуктом – добавкой «Бак-Сет» (доля в продажах производителя 46,2%) – занял третье место за счёт увеличения реализации на 21,6% в рублях. Портфель фирмы включает в себя 9 брендов. На рост продаж в большей мере повлиял повышенный спрос на детские витамины «Кидс Формула» (+64,0%), добавку к пище для мужского здоровья «СпермАктин Форте» (+44,3%) и мультипробиотик для взрослых и детей «Бак-Сет» (+38,6%) для поддержания и восстановления нормальной микрофлоры кишечника. При этом витамины, минералы и экстракты целебных растений для оптимальной коррекции веса «Диет Формула» (-24,3%) и специализированная линия биокомплексов с экстрактами лекарственных растений для женщин «Лайф Формула» (-19,9%) стали менее популярны, чем годом ранее.

Высокие темпы прироста демонстрирует корпорация «Мирролла» (+68,3%). Основ-

ную выручку российскому производителю принесла линейка биодобавок «Мирролла» (доля в продажах компании 58,1%; +101,0% относительно 2020 года). При этом максимальный прирост показала марка «Синбиотик Мах» (+7 850,6%), способствующая нормализации и поддержанию нормальной микрофлоры кишечника.

На втором месте по темпам прироста оказалась ещё одна отечественная компания – «Биннофарм Групп» (+47,3%). Производитель имеет небольшую линейку – всего 4 бренда, основной рост фирме обеспечила марка «Максилак» (+47,8%) для поддержания баланса микрофлоры желудочно-кишечного тракта.

На отрицательный прирост продаж компании «Отисифарм» (-24,1%) в большей мере повлияло снижение реализации брендов «Юнивит» (-92,3%), «Уронорм» (-46,9%) и «Асвитол» (-28,2%).

Прямой
контакт издания
с провизором,
который работает
напрямую с конечным
потребителем

Газета
«ФМ. Фармация
и Медицина» –
надежный
и грамотный
помощник фармацевта
в его повседневной работе



30 000 аптек РФ
ежемесячно получают газеты

Распространение через ФК ПУЛЬС

Портал
для настоящих
профессионалов
www.PHMLIFE.ru

фармация и медицина
ФМ LIFE
для провизоров, фармацевтов и медицинских работников

Сайт для провизоров, фармацевтов
и медицинских работников

Российский
научно-практический
журнал «PALLIUM:
паллиативная и хосписная
помощь»

- ИЗДАНИЕ**
- для врачей
всех специальностей
 - врачей паллиативной
медицинской помощи
 - организаторов здравоохранения
 - медицинских сестер
 - преподавателей и студентов
медицинских вузов, колледжей



Подписной индекс ПР394

Издательский дом «Стриж Медиа»
+7-495-252-75-31, to@strizhmedia.ru

ЕЖЕГОДНАЯ ПРЕМИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЕЙТИНГ»

Уникальная по охвату и масштабу премия, построенная на объективных показателях объемов продаж и широкой базе данных аналитической компании DSM Group.

Проводится с 2016 года. Более **1300** отечественных и иностранных производителей, более **5800** брендов.

nphr.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЕЙТИНГ

По вопросам участия обращайтесь:
Гаврюшенко Ольга
+7(494) 780 72 63
ogavryushenko@dsm.ru



ДЕПАРТАМЕНТ РЕКЛАМЫ

- МЕРЧ
- POSM
- ПОЛИГРАФИЯ
- ПРОМОПОДАРКИ
- ПРЯМЫЕ ПОСТАВКИ ИЗ КИТАЯ И ЕВРОПЫ

5-ая ул.Ямского Поля, д7, стр.2
+7 (495) 780-72-67



 dsmgifts.ru
 [@gifts4pharma](https://www.facebook.com/gifts4pharma)

 [@dsmgifts](https://www.instagram.com/dsmgifts)
 zakaz@dsmgifts.ru



6. Косметика (аптечные продажи)

Долгое время аптечный ассортимент расширялся за счёт парафармацевтических групп товаров. И драйвером этого процесса были косметические средства. В первую очередь, это было обусловлено желанием аптеки иметь более маржинальную категорию товаров, а, во-вторых, потребитель видел аптеку, как один из надёжных каналов продаж, причём в аптеке можно было найти эксклюзивные товары, которые имели заявленный эффект, подтверждённый клиническими исследованиями.

2020-2021 годы заметно изменили структуру продаж косметики. И если в прошлом году в большей мере это было под воздействием влияния Covid-19, то в 2021 году добавилось влияние «ухода» потребителя

в «онлайн». Аптеки столкнулись с необходимостью бороться за внимание аудитории с направлением e-commerce: на фоне пандемии, а также развития социальных сетей делать покупки в интернете стало гораздо удобнее. При этом для аптечной косметики конкуренцию стали составлять не только аптечные сайты и маркетплейсы, но и онлайн-магазины, широко представленные в бьюти-индустрии.

По данным исследований коммуникационного агентства MIGEL AGENCY, аптека сейчас находится на 4 месте по возможному месту продаж косметики: на первом месте остаются супермаркеты («Магнит», «Ашан»), на втором – крупные сетевые магазины («Рив Гош», «Летуаль»), а на третье место

Рисунок 36

Доля онлайн-продаж основных групп аптечного ассортимента от общего объёма продаж в рублях, 2021 год



вышли интернет-магазины (в том числе, маркетплейсы Ozon, Wildberries). 40% потребителей делали и продолжают делать покупки косметики в аптеках. Но при этом отметим, что результаты опроса показали, что 41% респондентов в 2021 году чаще покупали косметику онлайн (рост с 24%), и только 26% отдавали предпочтение офлайн-магазинам (в 2020 году этот показатель достигал 49%).

Поэтому не удивительно, что даже на уже существующих «аптечных» интернет-площадках косметика находится в лидерах по доле от продаж косметических средств в целом.

В общей сложности за 2021 год доля косметических средств, заказанных через аптечный «онлайн», составила около 11%, и это на 2% выше, чем аналогичная цифра в 2020 году (а прирост по «онлайну» составляет 37%). Та косметика, которая представлена преимущественно в аптеках (речь идёт о селективной косметике, такие марки как La Roche-Posay, Vichy, Bioderma и т.д.), чаще бронируется через интернет – её доля составляет 13,8%. Более высокий показатель по такой группе товаров связан в том числе и с одной из причин, почему потребитель активно использует онлайн-площадки для покупок: возможность выбора оптимальной цены. Именно селективная косметика имеет максимальную средневзвешенную стоимость упаковки (около 1 000 рублей), поэтому в этой категории чувствительность к цене более высокая.

Конкуренция для аптечной косметики (да и для аптек в целом) идёт и со стороны крупных супермаркетов. Ещё один косметический ритейлер следом за «Магнит Косметик» намерен открывать на территории своих магазинов косметики и парфюмерии аптечные точки, создавая так называемый формат дро-

гери. Так, в конце 2021 года на площадке магазина косметики и парфюмерии «Л'Этуаль» в Москве на Новом Арбате открылась первая аптека. Оператор точки – компания ООО «Алькор и Ко», управляющая сетью магазинов «Л'Этуаль». Сейчас на эту компанию оформлены лицензии на 5 аптек. У «Л'Этуаль» есть планы по развёртыванию аптек, но пока они не масштабны – до 15 аптек в Москве и несколько в городах-миллионниках.

Распространение коронавирусной инфекции негативно сказалось на продажах косметики в России. Так, в 2020 году продажи косметических средств в аптеках снизились почти на 7% в денежном выражении. Отрицательная динамика по этой группе наблюдалась ещё только в условиях ухудшения финансово-экономической обстановки в стране в 2008-2009 гг., когда продажи данной категории не росли, а в 2010 году даже упали на 3% в денежном эквиваленте при сравнении с 2009 годом. Отметим, что такая динамика касается не только аптечных продаж, но и реализации косметики в других каналах.

В первой половине 2021 года спрос на косметику начал восстановление после резкого падения в 2020 году. Если сравнивать ежемесячно объёмы продаж с показателями прошлого года, то можно отметить, что, начиная с мая, группа аптечной косметики стала демонстрировать положительную динамику. В результате суммарно за 2021 год было реализовано на 1,7% в рублях больше, чем в 2020 году. И косметика стала одной из немногих групп аптечного ассортимента, показавшая такую динамику.

Covid-19 выступил в качестве катализатора для появления новых трендов и в бьюти-сфере, в том числе и в аптечных продажах косметики. Некоторые тенденции начали

проявляться благодаря самой пандемии, другие стали результатом карантинных мер и самоизоляции.

Заметную долю в косметическом ассортименте всегда занимали категории для очищения. На фоне пандемии наиболее востребованными оказались антибактериальные средства, предназначенные для гигиены рук: влажные салфетки, санитайзеры, мыло. До 2020 года доля этой группы косметики ежегодно снижалась, однако в прошлом году она выросла до 3% в рублях и до 7% в упаковках. В 2021 году эти средства также были востребованы у потребителя (их вес составил 2% от стоимостного объёма и 5% – от натурального). Несмотря на то, что относительно «пикового» 2020 года в 2021 году продажи снизились на -45,5% в руб. и на -30,6% в упаковках, объём реализации превышает уровень 2019 года в 3 раза. Но при этом обратной стороной активного использования антисептиков стало отрицательное влияние на кожу рук – сухость. Поэтому начала расти популярность у средств, восстанавли-

вающих повреждённый гидролипидный барьер кожи – это кремы, сыворотки, скрабы и маски со специальными формулами. Доля группы [B] «восстановление и регенерация кожи» за год увеличилась с 25,8% до 26,5% в рублях, при сравнении с 2020 годом реализация восстанавливающей косметики выросла на 4,7% в стоимостном выражении.

Пандемия стала катализатором для дополнительного роста уходовой косметики. Одна из причин такой динамики – отношение к процессу покупки: для женщин это, прежде всего, возможность уделить больше времени уходу за собой, а также способ позаботиться о себе и своём здоровье. Covid-19 не только заставил нас чаще мыть руки с мылом, но и везде ходить в масках, что отрицательно сказывается на коже. Она стала более чувствительной, уязвимой. Появился даже новый термин «маскне». Так называют покраснения, раздражения и даже воспалённые угри, которые возникают на лице после долгого ношения маски. Поэтому особой популярностью у покупателей в 2021

Динамика основных типов товара, 2021/2020



Рисунок 37

Динамика объёма продаж основных групп нелекарственного ассортимента в аптеках

году пользовались косметические средства для лица (прирост продаж +2% в рублях), особенно с увлажняющим эффектом (порядка 20% в продажах косметики для лица).

Бесконечные онлайн-коммуникации, необходимость носить маски в публичных местах привели к заметному сдвигу акцента в сторону ухода за волосами. Среди всех косметических групп по назначению доля группы [M] «Средства для волос и кожи головы» за год выросла значительно прочим (+1,0% к 2020 г. в упаковках). Темп прироста в абсолютном выражении составил порядка 5%, и также стал максимальным.

Все эти тренды приводят к тому, что ассортимент косметики в аптеках продолжает пополняться из года в год, причём увеличение происходит как за счёт новых брендов, так и в результате расширения уже существующих линеек. Российские аптеки в 2021 году реализовали свыше 2 200 различных брендов косметики (21 335 SKU). При этом производители предложили потребителю 213 новых брендов. Наиболее удачными из них стали следующие бренды: 138 место – марка косметики с натуральным составом Elatea (производитель «Первое Решение»), представляющая собой линию средств ухода за кожей лица и тела; 278 место – пена-

спрей с успокаивающими, восстанавливающими и увлажняющими свойствами для ухода за повреждённой кожей «Новатенол» (Servier); 290 место – серия косметических средств на основе экстракта оливы «Terra Organica» (Geo Organics). Данные позиции сумели войти в ТОП-300 по объёму реализации в стоимостном выражении, поскольку их продажи за анализируемый период суммарно превысили 99 млн рублей.

По итогам 2021 года косметика заняла третью строчку (после лекарственных препаратов и БАД) в структуре продаж аптек. Относительно 2020 года продажи выросли на 2% в денежном выражении и снизились на 5% – в натуральном. Объём реализации косметических средств через аптечный сегмент составил 165 млн упаковок или 44,8 млрд рублей за год.

Последние 2 года наценка на косметические товары в аптеках растёт: если в 2019 году она составляла 39,7%, то в 2020 году – 42,1%, а в 2021 году – уже 44,1%.

Косметические средства можно классифицировать по различным признакам: по цене, целевому назначению, возрасту и социальной группе, по действию или показанию к применению. Компания DSM Group провела

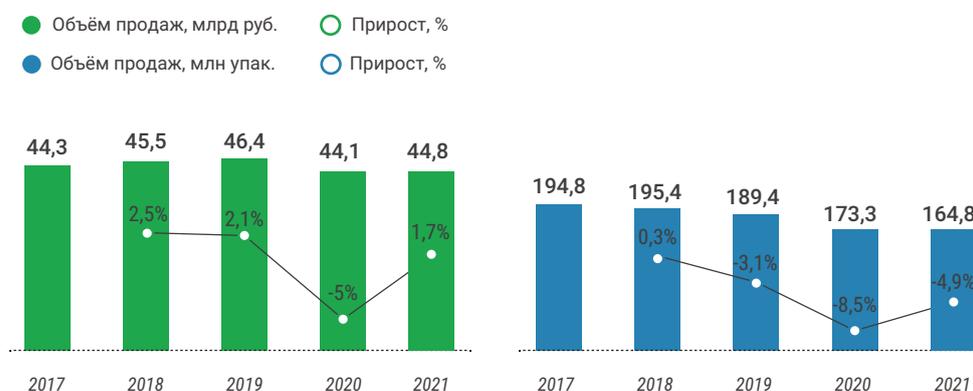


Рисунок 38

Динамика объёма продаж аптечной косметики в России

анализ позиций и предложила свою классификацию косметических товаров в зависимости от назначения, действия и стоимости. Косметика, которая продаётся в аптечных сетях, была разделена на 3 группы:

Активная (лечебная) косметика применяется для лечения и профилактики определённых заболеваний, содержит различные биологически активные вещества (к ней относятся марки «Софья», «Боро Плюс», «911 Ваша Служба Спасения» и др.).

Селективная (премиум и люкс-класс) косметика характеризуется наличием узкоспециализированных линеек, чётко разделённых между собой и предназначенных для определённых состояний кожи или волос. Как правило, такой вид косметики реализуется преимущественно через аптечные учреждения (Librederm, La Roche-Posay, Vichy и др.).

Косметика масс-маркет — доступная по цене косметика, предназначенная для ухода за кожей, волосами и ногтями, и реализуемая как в аптечных учреждениях, так и в других торговых точках (например, Johnsons, «Флоресан», Nivea и др.).

Структура продаж рынка аптечной косметики изменилась в пользу лечебных космети-

ческих средств: доля активной косметики выросла на 1,1% в рублях и на 4,1% в упаковках. Сегмент активной (лечебной) косметики занимает половину объёма продаж всей косметики и играет ключевую роль в динамике рынка аптечной косметики в целом: +3,8% в стоимостном выражении и +2,5% в натуральном эквиваленте. За год аптеки реализовали 926 брендов лечебной косметики от 454 производителей (около 4 700 полных торговых наименований). Продвижение данных товарных позиций на стыке нелекарственного и лекарственного ассортимента, доступная ценовая политика определяет повышенный спрос на эту категорию косметики.

Доля селективной косметики практически не изменилась в сравнении с прошлым годом (динамика менее 1%). Премиальная косметика является наиболее маргинальной категорией. Если в рублях на неё приходится 36,0%, то в натуральном выражении вес косметики люкс класса заметно ниже — 10,0%. Несмотря на то, что в упаковках реализация снизилась на 5%, в рублях сегмент показал положительную динамику: +1,8% к прошлому году. Из 20 ведущих брендов люксовой косметики наибольший темп прироста показали марки 8.1.8 Beauty Formula (+1 188,3% в руб.), Eucerin (+99,3%) и CeraVe (+86,7%).

Рисунок 39

Соотношение аптечных продаж косметики в зависимости от типа косметического товара



Для mass-market косметики аптека не является основным каналом продвижения. Однако этот подсегмент занимает 34,8% рынка в натуральном выражении и пользуется популярностью у потребителей, так как представлен достаточно бюджетными средствами. В результате доля в рублях mass-market косметики составляет 16,2%. В упаковках данный сегмент упал сильнее всего (-15,1% к 2020 году). Преимущественно продажи данной категории в аптеках или носят импульсный характер, или являются дополнительной покупкой к лекарственному ассортименту. В 2021 году посетитель более осознано делал свой выбор и приходил в аптеку за конкретными позициями.

В 2021 году средневзвешенная цена одной упаковки косметического средства в розничных ценах аптек составила 272 рубля. Относительно 2020 года цена стала выше на 7,0%. При рассмотрении рынка по сегментам можно увидеть, что все категории выросли в цене. Цена одной упаковки активной косметики стала выше на 1,2%, цены на премиальные средства и косметику из масс-маркета выросли на 7,2% и 11,1% соответственно.

Аптека предлагает клиентам большой выбор косметических средств в различных формах выпуска и с различным целевым назначением. Самой востребованной косметикой оказалась универсальная (на её долю пришлось 35,9% объёма продаж упаковок). Это не удивительно, так как в структуре многофункциональных косметических средств порядка 53,4% рынка занимают антибактериальные, антисептические, ранозаживляющие средства. В деньгах наибольший вес у средств для лица – 24,8%.

Пять ведущих групп показали положительную динамику продаж. Косметические средства для ног (+7,7% в рублях), а также косметика для волос и кожи головы (+5,8%) показали наибольший темп прироста среди всех групп. В натуральном выражении, наоборот, большинство групп продемонстрировали падение объёма реализации, самое заметное снижение – у средств для лица (-16,1% в упаковках). При этом продажи косметики для волос и кожи головы и для губ выросли на 4,6% и на 1,2% соответственно.

Наибольший вес в структуре косметики по возрастному критерию занимает косме-

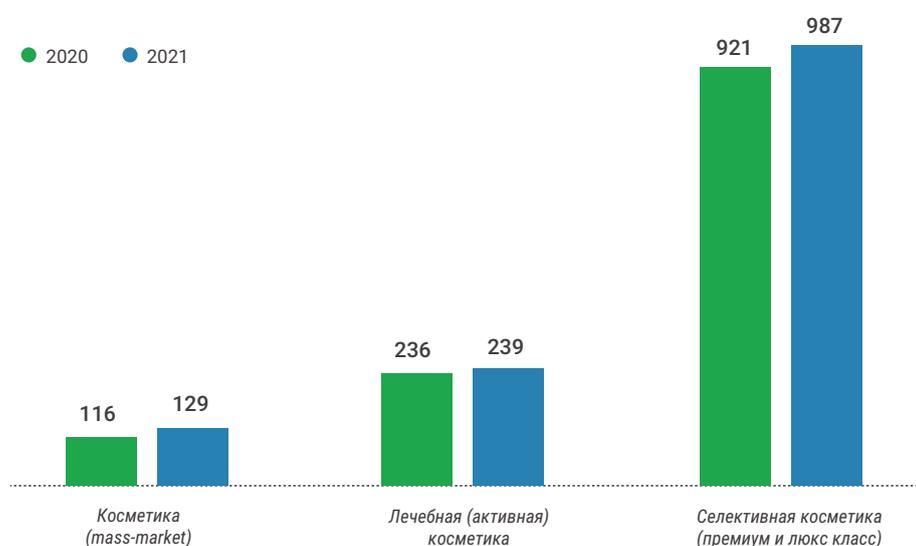


Рисунок 40

Средневзвешенная цена косметического средства в аптеках

тика, рассчитанная на все возрастные категории (80,0% стоимостного объема продаж и 81,1% натурального). На второй строчке расположилась косметика для детского и младшего детского возраста (с 0 до 14 лет): 8,6% в рублях и 13,9% в упаковках. Закрывает тройку лидеров косметика для людей среднего возраста (после 25 лет) с долей рынка 5,4% в рублевом эквиваленте. В этой категории наблюдается перевес в сторону высокомаржинальной премиальной и люксовой косметики – 80,2% объема в рублях данной категории приходится на селективную косметику. Также большой перевес в сторону дорогой косметики наблюдается у сегмента средств для зрелого возраста (после 45 лет) и для молодого и юношеского возраста (14-25 лет): в данных категориях селективная косметика занимает порядка 73% стоимостного объема продаж. Сегмент косметики для пожилого возраста (после 60 лет) демонстрирует максимальный темп снижения в деньгах (-36,5% к 2020 году).

Российская косметика более востребована на фармрынке, чем зарубежная, отечественные косметические средства занимают

более 76,1% от натурального объема реализации. При анализе продаж в рублевом эквиваленте можно отметить, что рынок практически разделен пополам, однако наблюдается небольшой перевес в сторону импортной продукции (порядка 50,4% продаж).

Внутри сегментов соотношение отечественной и зарубежной косметики заметно отличается.

В 2021 году премиальная косметика была представлена в основном импортными косметическими средствами, которые занимают 85% рынка в рублях и 66% в упаковках. На российский бренд Librederm приходится 95,9% продаж отечественной селективной косметики в рублях.

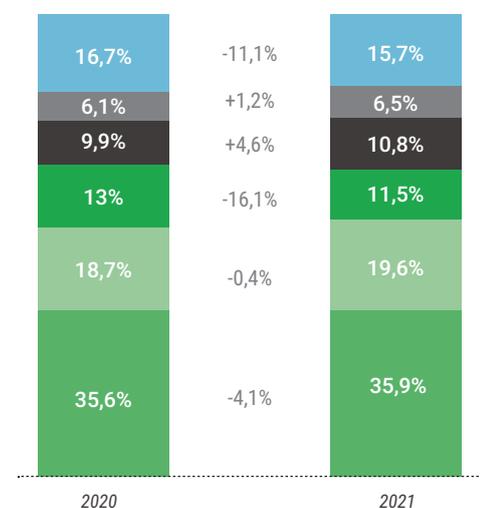
В сегменте лечебной (активной) косметики, наоборот, преимущество на стороне российских брендов, которые лидируют как по стоимостному (72%), так и по натуральному (83%) показателям.

Доля отечественной косметики в масс-маркет сегменте увеличилась относительно

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



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



- Средства для лица (Н)
- Средства для тела (R)
- Средства для ног (L)
- Универсальное средство (S)
- Средства для волос и кожи головы (V)
- Другое

- Универсальное средство (S)
- Средства для лица (Н)
- Средства для губ (С)
- Средства для тела (R)
- Средства для волос и кожи головы (V)
- Другое

Рисунок 41

Структура косметики по целевому назначению в 2021 году

прошлого года на 0,5% в рублях и на 3,9% в упаковках. Ключевыми брендами, произведёнными российскими компаниями, являются «Детский Крем», «Кора» и «Моё Солнышко», которые совокупно занимают 19,1% рынка в рублях.

Селективная косметика

В 2021 году аптеки реализовали 16,0 млн упаковок премиальных косметических средств на сумму порядка 15,8 млрд рублей (в розничных ценах). Относительно прошлого года продажи выросли на 1,8% в рублёвом выражении и снизились на 5,0% в натуральном эквиваленте. Шесть брендов первой десятки показали заметное падение продаж относительно показателя 2020 года.

Позиционирование селективной косметики как аптечной косметики перестаёт быть актуальным – производители, шагая в ногу со временем, активно работают с крупными интернет-площадками. Этот факт также отрицательно влияет на динамику продаж.

Но в большей мере, конечно же, на спрос данной категории сказались макроэкономические факторы. В силу высокой стоимости

данный сегмент рынка уязвим перед снижением покупательской способности населения, реальные располагаемые доходы которых остаются на уровне десятилетней давности.

Изменения затронули только вторую половину рейтинга ведущих марок. Французский бренд La Roche-Posay сохранил первую строчку за счёт прироста продаж на 7,8%. Доля марки на рынке заметно выросла – на 1,6% до 28,6% в денежном эквиваленте. Косметические средства La Roche-Posay, разработанные на основе термальной воды, специально предназначены для проблемной кожи, поэтому 39,0% продаж бренда занимают линейки Effaclar (специальная серия для ухода за жирной и проблемной кожей) и Lipikar (средства для лица против раздражения и зуда).

По итогам 2021 года косметическая продукция под маркой Vichy (-2,2%) заняла 2-е место. Вес бренда Vichy в сегменте селективной косметики сократился (-0,8% до 19,2%). Всего в аптеках было реализовано 378 SKU в ассортиментных линейках, средняя цена которых составила 1 529 рублей. 34,4% продукции относятся к категории «старение кожи, морщины» [A13]. Около 42,9% в стои-

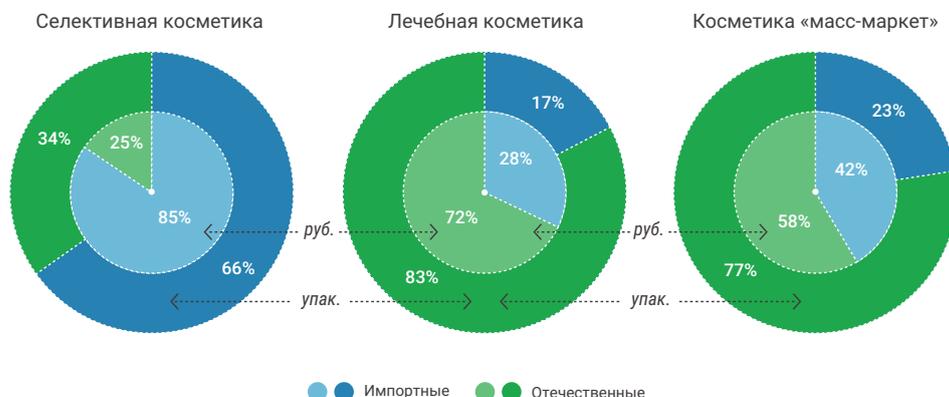


Рисунок 42

Соотношение аптечных продаж косметики по происхождению в зависимости от типа косметического товара в 2021 году

Таблица 22

ТОП-10 брендов
селективной
косметики
в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	-	La Roche-Posay	4 527,1	28,6%	7,8%
2	-	Vichy	3 038,3	19,2%	-2,2%
3	-	Librederm	2 241,2	14,2%	-9,1%
4	-	Bioderma	1 417,6	9,0%	16,2%
5	-	Avene	1 009,4	6,4%	-8,0%
6	+2	CeraVe	655,2	4,1%	86,7%
7	-1	Uriage	513,4	3,2%	-9,4%
8	+1	Filorga	363,2	2,3%	15,5%
9	+1	Ducray	281,4	1,8%	-6,4%
10	-3	Mustela	247,5	1,6%	-30,4%

Таблица 23

ТОП-10 брендов
активной (лечебной)
косметики
в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	-	Лошадиная Сила	742,5	3,5%	-11,2%
2	-	Lactacyd	715,2	3,4%	-1,7%
3	-	Alerana	712,8	3,4%	7,1%
4	-	911 Ваша Служба Спасения	638,8	3,0%	7,2%
5	+3	Липобейз	564,7	2,7%	23,1%
6	+1	Cetaphil	507,2	2,4%	9,6%
7	+3	Циновит	487,7	2,3%	20,9%
8	-2	Боро Плюс	431,3	2,1%	-10,1%
9	-4	Эмолиум	425,0	2,0%	-13,9%
10	-1	Dry Dry	399,4	1,9%	-4,3%

мостном выражении приходится на средства для лица, также в линейке Vichy широко представлены средства для тела (20,1%) и волос и кожи головы (19,9%).

Российская марка Librederm занимает 3-ю строчку в категории селективной косметики: доля бренда на рынке сократилась с 15,9% до 14,2% в стоимостном объёме сегмента в результате падения продаж на 9,1% относительно 2020 года. При этом в упаковках на линейку Librederm приходится 33,4% от объёма продаж, поэтому бренд Librederm по-прежнему можно назвать самой востребованной маркой селективной косметики у потребителей аптек. Падение продаж в аптеках данного бренда связано с активным продвижением Librederm в собственных магазинах, а также на различных интернет-ресурсах. В линейку входит 393 полных наименования, из них наибольший вес занимают средства для лица (доля 63,3% в рублях).

Максимальный темп прироста продемонстрировала продукция для интенсивного увлажнения кожи под брендом CeraVe (+86,7%; +2-е строчки), которая содержит керамиды для восстановления и укрепления защитного барьера кожи. Внутри марки лидирует увлажняющая косметика.

«Лечебная» косметика

Активная косметика продвигается производителями как средства, которые помимо решения эстетических задач обладают также и «лечебным» эффектом. Данная группа косметических средств занимает ведущее положение на аптечном рынке. Если премиальная косметика в большей мере направлена на решение проблем кожи лица, то лечебная косметика имеет более широкий круг показаний к применению. Основную долю в продажах этой группы ассорти-

тимента занимают позиции, применяемые при растяжениях, ушибах, заболеваниях суставов воспалительного характера (доля 10,4% в руб.), при различных повреждениях и заболеваниях кожи – трещинах, ссадинах, порезах, ожогах (9,9%), для ухода за склонной к аллергическим реакциям кожей (8,4%).

На ТОП-10 брендов приходится 26,8% продаж категории активной косметики, что заметно ниже, чем в сегменте люксовых марок (90,4%). Это в том числе связано и с тем фактором, что линейки селективной косметики всегда довольно широкие и призваны решать сразу несколько задач. Бренды активной косметики в основном продвигаются для решения одной конкретной «проблемы». Поэтому данная категория довольно широкая: на аптечных полках представлено свыше 900 брендов «лечебной» косметики.

Перестановки коснулись нижней части рейтинга. Первое место среди марок лечебной косметики удерживает «Лошадиная Сила» (доля 3,5% в группе) несмотря на падение продаж на 11,2%. 48,1% от объёма продаж бренда в рублях приходится на средства для тела, используемые при растяжениях, ушибах и заболевании суставов.

На второй строчке расположилась линия средств для ежедневной интимной гигиены Lactacyd (доля 3,4%) на основе натуральной молочной кислоты, которая помогает восстанавливать и поддерживать естественную микрофлору интимной зоны. За год реализация марки снизилась на 1,7%. Линейка средств включает в себя около 20 наименований.

«Алерана» – косметический продукт, созданный для ухода за волосами и кожей головы. Поэтому 70,7% продукции, выпускаемой под данной маркой, – шампуни для волос.

В результате увеличения продаж на 7,1% марка «Алерана» сохранила третью позицию и увеличила свою долю на 0,1% до 3,4%.

Сохранив высокие темпы прироста несколько лет подряд, наиболее ярко в ТОП-10 себя проявили: серия средств для ухода за чувствительной кожей всей семьи против сухости и раздражения «Липобейз» (+23,1%; +3 места) и средства на основе цинка «Циновит» (+20,9%; +3 места), имеющие широкий спектр действия, например, продукты, предназначенные для устранения перхоти, для ухода за кожей, склонной к раздражению и шелушению, и для борьбы с акне.

А вот линия специальных дерматологических средств «Эмолиум» для ухода за сухой кожей, склонной к псориазу и атопическому дерматиту, переместилась с 5-й на 9-ю строчку за счёт снижения продаж на 13,9%.

Масс-маркет-косметика

Масс-маркет косметика на 36,5% состоит из универсальных средств и в большей мере предназначена для очищения (20,6%).

Рейтинг масс-маркет косметики изменился более заметно, чем ТОП-10 в прочих категориях. При этом тройка лидеров сохранила позиции прошлого года. Первое место традиционно занимает детская косметика Johnsons (доля 6,3% в руб.). Также видимую долю в конкурентном окружении по стоимостному объёму продаж занимают две

отечественные марки «Детский Крем» (4,6%) и «Кора» (3,3%).

Шесть марок из десяти, занимающих ключевые места, отметились положительной динамикой. Максимальный прирост продаж продемонстрировали: азиатская косметика под брендом Ullex (+38,3% относительно 2020 года; +9 строчек) для ежедневного ухода за кожей лица и отечественная серия специализированных средств EVO (+13,8%; +4 места) для восстановления и поддержания здорового состояния кожи и волос, предназначенных для специального и ежедневного ухода.

Самым заметным перемещением вниз по рейтингу отметилась марка Novosvit (-21,3%; -3 места), представляющая собой линию средств для ухода за кожей лица и тела, которые увлажняют и питают кожу, восстанавливая эпидермис и активизируя его защитную функцию, а также способствуют активному омоложению.

Одной из особенностей рейтинга косметики масс-маркет, реализуемой в аптечных учреждениях, является большое количество марок, относящихся к детским брендам. 23,6% от объёма продаж приходится на категорию, предназначенную для детского и младшего детского возраста (с 0 до 14 лет). Три детских бренда попали в рейтинг в 2021 году, они являются основными в данной категории (на них приходится 62,9% в руб. всей детской mass-market косметики, приобретаемой в аптеках).

Таблица 24

ТОП-10 брендов
масс-маркет
косметики
в 2021 году

Рейтинг	Изменение к 2020	Бренд	Объём продаж, млн руб.	Доля	Прирост к 2020
1	-	Johnsons	446,6	6,3%	-7,6%
2	-	Детский Крем	324,9	4,6%	8,1%
3	-	Кора	235,0	3,3%	-11,4%
4	+1	Neutrogena	231,9	3,3%	12,8%
5	-1	Мое Солнышко	228,3	3,2%	0,6%
6	+4	EVO	203,4	2,9%	13,8%
7	+9	Ullex	185,0	2,6%	38,3%
8	+4	Хлоргексидин	173,5	2,4%	3,2%
9	-	Laino	170,3	2,4%	-6,3%
10	-3	Novosvit	149,2	2,1%	-21,3%

7. Аптечные сети

Понятие «новая реальность» наиболее полно проявляется как раз для аптечной розницы. И дело даже не в онлайн-торговле. Хотя именно разрешение доставки безрецептурных препаратов стало катализатором этих изменений. Рынком заинтересовалось много игроков, чьи имена ну никак не ассоциировались раньше с «фармой». С одной стороны, это должно привести к увеличению мест и точек продаж (а, следовательно, и к доступности лекарственного обеспечения населения), а с другой стороны, увеличивает конкуренцию для «традиционных» участников (что может негативно сказаться на их эффективности и привести к закрытию).

По данным на конец декабря 2021 года в стране работало 65,6 тыс. аптек. Это всего на 1,7% выше, чем годом ранее (+1 080 точек).

Увеличение связано с развитием федеральных сетей (+1 700 точек, основной

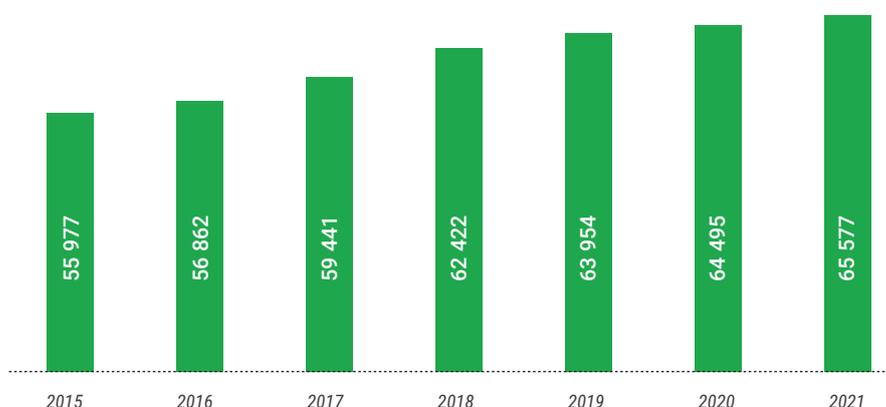
вклад аптечных сетей «Апрель», «Имплозия», «Планета здоровья») и межрегиональных сетей (+2 720 точек за счет перехода «Аптечная сеть 36,6» в эту категорию при расширении географии присутствия). А вот количество одиночных точек и малых сетей продолжает сокращаться (за 2021 год на 1 045 точек).

В 2021 году не произошло бума по открытию новых аптек. Но проекты по их созданию были запущены или анонсированы. Причем активным игроком на этом рынке остается и государство. Так, с 1 января 2022 года медицинским работникам на селе разрешили реализовывать лекарственные средства, а также осуществлять льготный отпуск лекарств. Это позволит решить проблему лекарственного обеспечения граждан, проживающих в сельских населенных пунктах без аптек.

Вообще, государственные аптеки могут стать одним из основных участников в увеличении

Рисунок 43

Количество аптечных точек в России



точек продаж в малонаселённых или труднодоступных поселениях. В 2021 году государственная сеть «Губернские аптеки» запустила проект «Лекарства для села», по которому жителям отдаленных территорий Красноярского края начали доставлять наборы лекарств и медикаментов для оказания первой помощи. В список включили 435 муниципальных образований.

В Иркутской области получил развитие проект «Аптека на колесах» в рамках направления «Мобильная (передвижная) аптека в сельских территориях», разработанного депутатом Молодежного парламента. Он направлен на обеспечение лекарствами жителей тех поселков и деревень, где нет стационарных аптечных пунктов. С учетом того, что пока федеральный закон, разрешающий работу передвижных аптек, не принят, в регионе реализовывали «гибридный» формат работы. Сначала депутаты Молодежного парламента ездили по селам и собирали заявки от жителей, затем закупали лекарства по оптовым ценам и доставляли их на дом.

А вот в Саратовской области в целом возрождают государственные аптеки (после тренда по их приватизации и продаже). В 2022 году там намерены открыть 180 государственных аптек и аптечных пунктов. Они будут расположены в медицинских учреждениях. Первые две государственные аптеки открылись в регионе в 2020 году, еще десять — в 2021-м. В Курской области в течении года расширяла свое присутствие «Курская фармация», которая открывала свои аптечные пункты во всех поликлиниках области для выдачи льготных лекарственных препаратов.

Одним из активных участников, который пробует себя во всех направлениях, является «Почта России». В 2021 году «Почте России»

выдана бессрочная лицензия на оптовую торговлю, хранение и перевозку лекарственных препаратов. Компания планирует со своего фармацевтического склада, открытого в логистическом центре во Внуково, доставлять лекарства в аптеки, медучреждения и дистрибуторам. В планах компании также создание лицензированных сортировочных центров для хранения и обработки лекарственных препаратов в городах, население которых превышает 500 тыс. человек.

В 2021 году «Почта России» получила разрешение на дистанционную розничную торговлю лекарствами. В январе прошлого года компания открыла сайт pochta-apteka.ru по продаже лекарств, который работает по принципу онлайн-бронирования. Через портал можно заказать препараты в некоторые почтовые отделения. Кроме того, работает сайт market.pochta.ru.

В отделениях компании появились первые аптеки. Пилотный проект по продаже лекарств в почтовых отделениях был запущен в 2019 году в Самарской области. В 2021 году начали работать аптеки в Москве, Ульяновской области, Чувашской Республике и т.д. (всего 11 регионов). В 2022 году «Почта России» намерена запустить проект по развитию мини-аптек на базе своих филиалов в регионах Дальневосточного федерального округа. Киоски и аптечные пункты появятся в следующем году в почтовых отделениях в Хабаровском крае и Бурятии. На эти цели будет потрачено 5 млрд руб. При этом зарезервировано еще 15 млрд для ближайших этапов.

«Почта России» может занять существенную долю на аптечном рынке. Этому способствует и поддержка государства. Так, осенью 2021 года Президент поручил рассмотреть вопрос

расширения перечня услуг, предоставляемых в отделениях Почты России, в том числе предусмотреть возможность обеспечения населения лекарствами. Минздрав и «Почта России» должны подготовить план по организации торговли лекарствами в отделениях почты по всей стране. До конца 2025 года поэтапно планируется модернизировать 25 160 отделений почтовой связи из примерно 37 тыс. имеющихся для выполнения поставленной задачи.

Конечно, изменение конъюнктуры рынка происходит не только за счет государственных структур. Коммерческие компании также проявляют интерес к аптечному рынку и ищут возможность для расширения своего присутствия. Например, в конце 2021 года появилась первая аптека в магазине косметики и парфюмерии «Л'Этуаль» на Новом Арбате. Всего сеть планирует открыть до 15 точек в существующих магазинах.

Сотрудничество аптечных сетей с продуктовым ретейлом уже сложившийся тренд. В 2021 году компания «Алоэ» начала открывать точки площадью от 15 до 110 кв. м в прикассовой зоне в гипермаркетах «Лента». География размещения охватит 85 городов, и будет открыто более 165 аптек. Также «Роснефть» совместно с «Алоэ» запустила сервис дорожных аптек «Аптека авто» на базе автозаправочных станций, где будут продаваться безрецептурные лекарства и нелекарственные препараты.

Приход «новых» игроков на аптечный рынок был «спровоцирован» принятым в апреле 2020 года законом о дистанционной продаже лекарств, который пока касается безрецептурных лекарственных препаратов. Фактически рынок существовал уже довольно давно. Потребители уже много лет пользовались ус-

лугой онлайн-бронирования лекарств на сайте с последующим самовывозом из аптеки. Так, например, сервис «Еаптека.ru» заработал еще в 2011 году, годом позднее в 2012 году появилась самая популярная на сегодняшний день площадка «Аптека.ru». В 2021 году к сервису было подключено около 23 тыс. точек, и оборот вырос на 18%.

Сервис Еаптека.ru сейчас является аптечной частью структуры компании «Сбер» – «Сбер Еаптека». Основной бизнес строится как раз вокруг онлайн-продажи лекарственных препаратов, а теперь и их доставки. В рамках этого развития «Сбер Еаптека» начала доставлять безрецептурные лекарства через «Самокат», пока только в Москве (доставка на дом должна происходить в течение 1,5 часа). В Ульяновской области в октябре 2021 года «Сбер Еаптека» начала доставку с помощью «Почта России»: почтальоны приносят заказ на следующий день после оформления. Доставка будет бесплатной вне зависимости от стоимости заказа. Дополнительные инвестиции направляются в том числе и на открытие аптечных пунктов на площадях банковских отделений «Сбера», что увеличит количество точек выдачи оформленных онлайн-заказов.

С принятием закона участники рынка получили возможность доставки лекарственных препаратов на дом. Заявки на дистанционную торговлю подали 780 участников фармрынка (на конец года около 400 юридических лиц получили разрешение на онлайн-торговлю лекарственными средствами, и их география охватывает 57 субъектов).

Объем аптечного eCom в 2021 году составил порядка 126,4 млрд руб. (совокупно ЛП и парафармацевтика), что соответствует 8,7% от емкости аптечного рынка. В конце года

она уже была на уровне 10%. Но если динамика продаж на рынке в целом – это порядка 3,5%, то оборот, который пришелся на «онлайн», вырос по сравнению с 2020 годом на 36%. Заметим, что в настоящий момент более популярным данный вид приобретения лекарственных средств является у жителей Москвы. Доля аптечного eCom в столице составляет 18% (а в декабре превысила «психологическую» отметку в 20%). Таким образом, на Москву приходится треть продаж всех лекарств, заказанных в интернете.

По факту пока структура рынка в целом изменилась не сильно. Потребитель в большей степени остался приверженцем заказа необходимого ассортимента в интернете с последующим самовывозом из удобной аптеки. Это связано с несколькими факторами. В первую очередь, это то, что закон действует только на OTC-препараты. При этом с момента разрешения доля OTC-препаратов не только не выросла, но и, наоборот, уменьшилась: в июне 2020 года она была на уровне 39%, в июне 2021 года – 34%. По итогам 2021 года доля Rx, заказанных через интернет, составляет 62,5% от общего объема всех лекарств (в целом на рынке этот показатель

находится на уровне 52%). Средневзвешенная стоимость одной упаковки рецептурных препаратов в 2,2 выше, чем безрецептурных. То есть, опять же, потребитель ищет более дорогостоящие позиции по более выгодной цене, используя сайты аптечных агрегаторов и маркетплейсов. Именно поэтому рейтинг брендов смещается в пользу рецептурных препаратов с высокой стоимостью.

При изучении структуры аптечного eCom можно увидеть несколько интересных фактов, которые показывают, что есть ряд ограничений и особенностей в развитии данного сегмента, и, скорее всего, в полной мере заменить традиционную аптеку ему не удастся.

Аптечный ассортимент – это не только лекарственные препараты, но и огромный выбор различных парафармацевтических групп товаров, которые также в полном объеме представлены и в интернете на аптечных онлайн-площадках. И конечно, когда речь идет о продажах в «онлайне» лекарств, предполагается, что именно эта категория должна быть наиболее востребована у потребителя. Но, на самом деле, пока это не так. Лекарственные препараты, заказанные

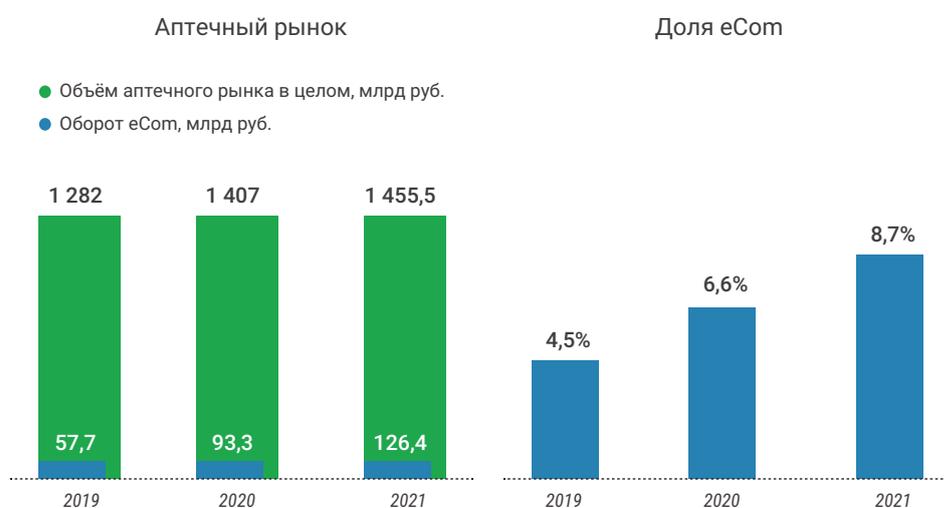


Рисунок 44

Динамика аптечного eCom, 2019-2021

Таблица 25

Рейтинг сервисов дистанционного заказа по обороту в 2021 году

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

Рейтинг	Сервис дистанционного заказа	Количество точек продаж	Объем, млрд руб.	Прирост оборота по сравнению с 2020	Доля на коммерческом сегменте, 2021
1	Аптека.ру	22 840	59,3	18%	4,1%
2	Сбер Еаптека	892	15,4	62%	1,1%
3	Здравсити	19 750	9,1	45%	0,6%
4	Ютека	50 000	3,0	-	0,2%
5	Асна.ру	7 000	1,0	-	0,07%
6	009.РФ	14 000	0,7	-	0,05%

в онлайн, находятся в середине списка и занимают около 8% от продажи всех лекарств. Ряд категорий имеют более высокую долю eCom от общего объема. Например, изделия медназначения с долей около 14% или селективная косметика (доля 13,8%).

Основная причина такой динамики – это то, что лекарства в большей мере являются товаром быстрого спроса, который нужен здесь и сейчас, и даже «день на доставку» для этой категории может быть критическим. А вот для других типов аптечного товара – это уже не так актуально. А на первый план выходит стоимость необходимой позиции. Как раз интернет позволяет выбрать наиболее оптимальную цену и дождаться покупки по минимальной величине. При этом еще и средневзвешенная стоимость упаковки у таких групп выше, поэтому разница в цене между онлайн и офлайн может быть заметной.

Доля «аптечных маркетплейсов» остается высокой в структуре общего рынка аптечного онлайн. 66,3% приходится на ТОП-3 площадки.

Но за последний год дополнительное развитие получили аптечные агрегаторы (их отличие от маркетплейсов в том, что они представляют только ассортимент аптек-участников, который есть в наличии, а маркетплейсы используют возможность заказа со складов дистрибьюторов). Если раньше они только информировали о наличии и ценах в аптеках, то сейчас уже предоставляют возможность бронирования товара в удобной аптеке, подключенной к тому или иному сервису. Одним из крупнейших агрегаторов является «Ютека». Сейчас к нему подключено около 50 тыс. аптек. Также среди крупных можно назвать проекты «Мегааптека.ру» (более 20 тыс. аптек), «009.РФ» (14 тыс. аптек). Аптеки, даже имея собственные онлайн-сервисы, подключаются и к такому сотрудничеству, чтобы обеспечить дополнительную узнаваемость и увеличить объем продаж.

Изменения в законодательстве не только обеспечили возможность организовать дистанционную торговлю для аптечных сетей, но и открыли доступ к фармацевтическому рынку крупнейшим игрокам онлайн-ритейла, некоторые из которых получили аптечные

лицензии, и стали включать в свой ассортимент безрецептурные препараты. Этому способствовало и упрощение правил для входа на онлайн-рынок. С 1 сентября 2021 года для получения онлайн-лицензии достаточно лишь одной точки. Также узаконили возможность для аптек заключать договоры с владельцами агрегаторов, чтобы размещать предложения и вести торговлю с помощью их сайтов.

Онлайн-торговлей лекарствами занимаются уже Ozon, «Яндекс.Маркет» и Wildberries. «Яндекс.Маркет» начал доставлять безрецептурные лекарства на дом через раздел экспресс-доставки. Это второй маркетплейс, получивший право на осуществление онлайн-торговли лекарствами (после Ozon). Сейчас он сотрудничает с аптечными сетями — «Диалог», «Ригла» и «Самсон-Фарма» (всего можно забрать заказ в 3,5 тыс. аптек). На Wildberries представлена часть ассортимента «ЦВ «Протек» и аптечной сети «Монастырев».

«AliExpress Россия» открыла аптечную витрину лекарственных средств под бронь. Покупатели могут забронировать товары онлайн и выкупить их в аптеке. Ассортимент, включающий более 15 тыс. наименований, представлен сервисом «Все аптеки».

Продуктовый ритейл также планирует активно участвовать в онлайн-доставке лекарственных средств. «ВкусВилл» летом 2021 года начал доставку лекарств из собственных дарксторов. Для этого компания договорилась о партнерстве с аптечными сетями «Планета здоровья» и «Сердце России» (компании осуществляют сборку заказа). «Азбука вкуса» планирует с 2022 года выйти на рынок онлайн-продажи безрецептурных лекарств. Сети продуктовых магазинов пока не удалось найти партнеров для открытия аптек, но в супермаркетах уже начали выставлять на полки БАД. Лицензию на занятие фармацевтической деятельностью получила торговая сеть «Перекресток» — лекарства доступны на ее маркетплейсе Vprok.ru.

Онлайн-сервис доставки продуктов и товаров на дом «СберМаркет» начал доставлять лекарственные препараты. «СберМаркет» доставляет товары из аптек, входящих в ГК «Эркафарм». Технический партнер проекта — сервис «Все аптеки». Доставка начала работать в Москве и Санкт-Петербурге и в дальнейшем расширится на города-миллионники.

В рамках развития своих интернет-продаж «Магнит» в октябре 2021 года открыл первый аптечный даркстор в Краснодаре.

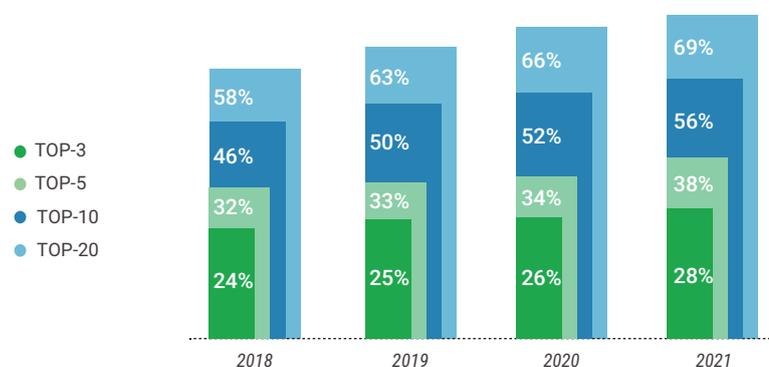


Рисунок 45

Концентрация
ТОП-20 аптечных
сетей

Он будет работать в формате аптечного пункта click&collect. Его общая площадь составляет около 250 кв. м. Покупателям доступен более широкий ассортимент, чем в традиционной «Магнит Аптеке» - около 8 тыс. наименований. Даркстор обеспечит доставку онлайн-заказов примерно в 30 аптек.

Еще одним толчком для ускоренного развития eСom может стать разрешение доставки рецептурных препаратов. Лоббирование принятия поправок в законодательство занимают и общественные организации, и бизнес-сообщество. Но, наверно, поступательно будет верно вначале полностью внедрить систему электронных рецептов, а затем разрешить доставку всех лекарств. Все аптеки должны подключиться к единой государственной информационной системе здравоохранения, в которой происходит оформление электронных рецептов. В соответствии с приказом Минздрава № 66, все 85 регионов Российской Федерации должны перейти к указанной системе к 2023 году. Поэтому разрешение доставки Rx-препаратов раньше этого времени маловероятно.

В целом емкость аптечного рынка в 2021 году составила 1 456 млрд руб. (+3,5% к прошлому году). При этом несмотря на бурное развитие eСom, консолидация на рынке пока растет.

Суммарно ТОП-20 сетей занимают в 2021 69%, что на 3% выше показателя 2020 года.

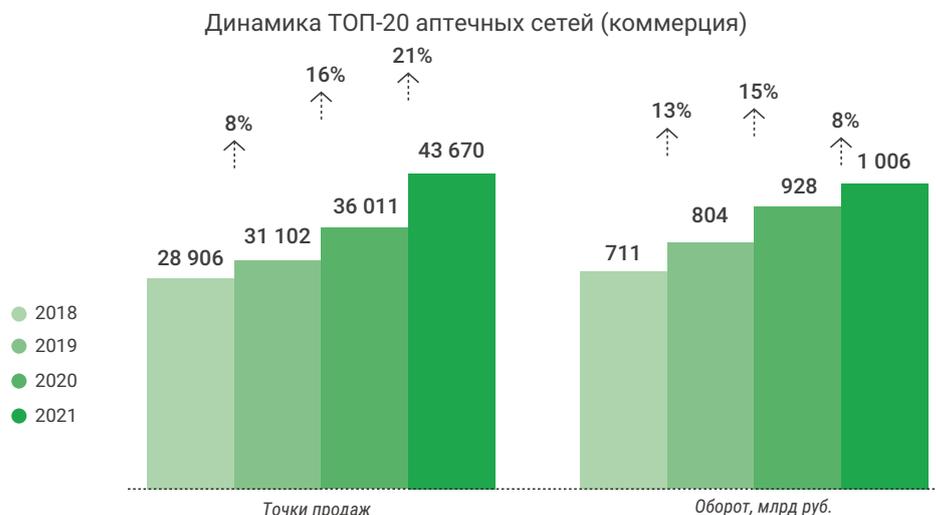
На рисунке №45 представлены рост оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей в 2018-2021 годах. В 2021 году ТОП-20 объединяет 43,7 тыс. аптек, что только на 21% больше, чем в 2020 году. В рейтинге 2021 года 11 сетей имеют в своем количественном составе более 1 000 точек, и все они находятся с 1 по 11 место.

Основной вклад в увеличении концентрации ТОП-20 игроков 2021 году внесли сделки по покупке аптечных сетей. За прошедшие годы процесс объединения и слияния аптечных сетей замедлился и осуществлялся в основном за счет приобретения небольших региональных компаний.

В 2021 году произошла одна из крупнейших сделок последних лет. Новосибирский холдинг «Катрен» закрыл сделку по покупке контрольного пакета акций аптечной сети «Эркафарм». «Катрен» уже владел сетью «Мелодия здоровья». Объединение объемов реализации двух игроков вывело общую компанию на третью строчку рейтинга с долей 6,1%. Основной целью приобретения является усиление позиций в дистрибуции, чтобы увеличить долю в крупнейших сетях.

Рисунок 46

Динамика роста оборота и количества точек ТОП-20 аптечных сетей



Помимо этого, ряд аптек «Эркафарм» ребрендированы в «Аптека.ру», то есть сделка помогла также нарастить количество точек выдачи онлайн-сервиса.

Кстати, ребрендингом занимается «Протек» в целях развития своего сервиса «ЗдравСити». Аптеки «Живика» (формат дискаунтера аптечной сети «Ригла») в Московском регионе начали работать под брендом «Здравсити». Поэтапное перебрендование столичных розничных точек завершится весной 2022 года. С июня 2021 года к проекту подключились дискаунтеры сети в регионах - в Центральной России, Архангельской области, Калининграде и Сибири. Всего будет задействовано около 240 аптек. Также «Ригла» объявила о покупке розничной сети «Аптеки Вятки» (12 аптек) в Кирове. Выход в новый регион происходит в рамках расширения географии присутствия. Часть приобретённых аптек получит вывеску «Здравсити».

Компания «Аптечная сеть 36,6» опять начала региональную экспансию. До этого игрок сосредоточился на развитии в Московском регионе. В 2021 году была приобретена сеть в Твери с одноименным названием - «36,6 Здоровье».

«Неофарм» увеличило свое присутствие в Москве и области за счет управления московским филиалом ГК «Аптечные традиции». В московский филиал компании «Аптечные традиции» входит 31 точка в Москве, 36 аптек в городах Подмосковья, а также 5 точек в Обнинске. Речь о ребрендинге не идет, но сети будут иметь одинаковую ценовую и ассортиментную политику.

«Аптечные традиции» продолжают развиваться в приоритетных для себя регионах, в том числе Курске и Поволжье. Так, аптеки компании «Аптечные традиции» появля-

тся в Ульяновской области, планируется открыть порядка ста аптек под брендом «Социалочка». Деньги на развитие сети в Ульяновской области «Аптечные традиции» получила за счет продажи своих точек в городах Центральной России аптечной сети «Фармаимпекс» (64 аптеки).

Тульская аптечная сеть «Здесь аптека», которая также является участником партнёрства «ИРИС», приобрела аптечную сеть «Век живи» (67 аптек в Москве).

Партнёрство «ИРИС» видит свое развитие за счет привлечения новых игроков. С этой целью компания снизила требования к участникам: теперь возможно присоединение сетей с оборотом от 1 млрд руб. в год и с возможностью выкупа 1% доли. Первой сетью, которая вошла в «ИРИС» на новых условиях в ноябре 2021 года, стала астраханская АС «Шах», в состав которой входит 110 аптек. Поэтому оборот «ИРИС» за прошлый год представлен без сети «Шах».

Завершить наш обзор хочется хорошей новостью. Упрощенная схема работы в системе мониторинга движения лекарственных препаратов (СМДЛП), которая действовала до 1 февраля этого года, теперь получила статус бессрочной. Соответствующие изменения внесены в постановление № 1556, оно подписано 31 января 2022 года. Документом установлена возможность аптек и медучреждений выводить лекарства из оборота через кассы и регистраторы выбытия сразу после уведомления системы о поступивших к ним препаратах, то есть ждать подтверждения от системы, что сведения о приемке успешно зарегистрированы, не нужно. Сведения автоматически подтверждаются самой системой маркировки. Таким образом, получатели медикаментов не зависят от ошибок или задержек со стороны поставщиков.

Таблица 26

Рейтинг аптечных объединений по обороту в 2021 году

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2021	Прирост оборота по сравнению с 2020	Количество точек продаж
1	АСНА	203,0	13,9%	0,0%	15 963
2	Ригла	112,6	7,7%	19,3%	3 396
3	Объединенная АС ЭРКАФАРМ и МЕЛОДИЯ ЗДОРОВЬЯ	89,0	6,1%	-4,4%	1 815
4	Апрель	78,3	5,4%	50,3%	3 069
5	ИРИС	70,3	4,8%	8,0%	2 765
6	Нео-Фарм	56,9	3,9%	10,5%	1 003
7	Аптечная сеть «36,6»	53,1	3,6%	12,1%	1 616
8	Имплозия	52,5	3,6%	3,7%	3 631
9	Планета здоровья	51,3	3,5%	4,0%	2 127
10	Вита	49,1	3,4%	4,9%	2 072
11	Фармлэнд	45,2	3,1%	27,4%	1 545
12	Максавит	22,3	1,5%	5,9%	735
13	Е-аптека	17,9	1,2%	62,5%	200
14	Здоров.ру	17,6	1,2%	9,2%	94
15	Фармацевт+	17,2	1,2%	9,0%	568
16	Аптека-Таймер	15,6	1,1%	-20,0%	808
17	Аптека Невис	14,3	1,0%	9,4%	594
18	Губернские аптеки	14,2	1,0%	11,7%	367
19	Магнит	13,5	0,9%	0,5%	835
20	Алоэ	12,0	0,8%	62,1%	467
21	ИДЕЯ	11,0	0,8%	1,5%	316
22	Монастырёв.рф	8,9	0,6%	21,3%	110
23	Здоровье (Усть-Лабинск)	8,5	0,6%	4,4%	180
24	Надежда-Фарм	7,0	0,5%	18,8%	335
25	Петербургские аптеки	6,9	0,5%	3,0%	83

Рейтинг	Аптечные сети	Объем, млрд руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2021	Прирост оборота по сравнению с 2020	Количество точек продаж
26	Эдельвейс	6,9	0,5%	10,3%	235
27	Антей	6,7	0,5%	-2,8%	574
28	Фармэконом	6,2	0,4%	-4,2%	159
29	Волгофарм	5,6	0,4%	0,2%	153
30	Гармония здоровья	5,0	0,3%	16,5%	186
31	Ваша №1	4,8	0,3%	36,0%	70
32	Алия-Фарм	4,8	0,3%	17,3%	191
33	Аптечные традиции	4,8	0,3%	-8,9%	181
34	Нижегородская областная фармация	4,7	0,3%	19,4%	252
35	Советские аптеки	4,5	0,3%	18,0%	365
36	Вита-плюс	4,2	0,3%	43,4%	228
37	Арбик	3,5	0,2%	28,5%	164
38	Гран (Симферополь)	3,5	0,2%	18,0%	111
39	Трика (Москва)	3,4	0,2%	11,0%	56
40	Диалог	3,3	0,2%	-5,0%	72
41	Сердце России	3,2	0,2%	1,0%	194
42	О'Вита	3,1	0,2%	6,0%	103
43	Фармия	3,0	0,2%	22,4%	176
44	МФК Северо-Запад	2,9	0,2%	15,0%	100
45	Витафарм (Москва)	2,7	0,2%	5,0%	40
46	Лаки-Фарма	2,6	0,2%	21,0%	162
47	Оренлек	2,6	0,2%	13,0%	137
48	Аптека25.рф	2,3	0,2%	17,1%	24
49	Дешевая аптека	2,2	0,2%	-12,0%	79
50	Мир лекарств	2,1	0,1%	13,7%	141

Таблица 27

Рейтинг
маркетинговых
ассоциаций
по обороту
в 2021 году

Рейтинг	Маркетинговая ассоциация	Объем, млрд руб.	Доля на коммерческом сегменте, 2021	Прирост оборота по сравнению с 2020	Количество точек продаж
1	ПроАптека	147,1	10,1%	24,5%	8 932
2	МФО	99,5	6,8%	7,7%	5 581
3	Созвездие	92,4	6,3%	48,2%	4 984
4	Весна	22,3	1,5%	1,6%	1 681

8. Дистрибуторский сектор фармацевтического рынка

Удивительно, пандемия заметно изменила структуру рынка, но при этом не привела к росту потребления в упаковках. Получается, что логистическая нагрузка на оптовое звено, как главное связующее в нашей стране между производителем и аптекой или больницей, практически не изменилась. Конечно, дистрибутору приходилось решать вопросы возникающего дефицита в тех или иных субъектах РФ и заниматься перераспределением ассортимента между регионами. Но всё-таки на развитие этого сегмента в большей мере оказывали влияние «нековидные» факторы.

В целом низкая динамика аптечного рынка – это сдерживающий момент для роста крупнейших фармацевтических дистрибуторов. При этом ориентация компании на госсегмент в 2021 году, наоборот, даёт возможность получения высокого результата. В итоге положение «оптовиков» на рынке может сильно измениться.

Борьба за рентабельность в дистрибуторском звене особенно сильно обострилась в последние годы. Одной из причин можно назвать изменение конъюнктуры рынка и желание других участников товаропроводящей цепочки замкнуть распределение прибыли на себя. Прямые контракты между производителем и аптечной сетью – один из примеров такого решения. Конечно, производителям интереснее работать с крупной сетью, и это условие как раз на рынке выполняется (с одной стороны, растёт концентрация традиционных аптечных игроков, с другой стороны, активно

развиваются аптечные объединения, которые агрегируют малую и среднюю розницу). При этом и аптечным объединениям выгодно уйти из дистрибуторской цепочки или работать преимущественно с одним оптовиком. Такой формат позволяет сократить расходы, исключая из цепочки поставок несколько логистических шагов.

История с прямыми контрактами развивается уже не один год, но взрывного роста пока не отмечено. На рынке даже активно пытались развивать тему прямых контрактов логистические операторы, например, «Сантенс». Скорее всё-таки более удобной на аптечном рынке и для аптек, и для производителей окажется схема сокращения количества участников дистрибуторского звена. Этому способствует в том числе и маркировка лекарственных средств, которая теперь не должна позволить аптечным сетям получать маркетинговые бонусы за оптовые продажи.

А вот в государственных закупках, впрочем, востребованной может оказаться схема работы напрямую. Но в большей мере это становится актуальной для крупных производителей. В результате, если в тендерах делать общий рейтинг поставщиков (победителей аукционов), то в ТОП-50 попадут 5 производителей, причём некоторые даже на высоких позициях. Например, по итогам 2021 года на 2 строчке «Фармстандарт», отрыв от лидера всего 20%. Также среди крупных производителей компаний, «играющих» в тендерах самостоятельно, можно назвать «ГлаксоСмитКляйн» с долей 2,3% и «Биокад» – 1,3%.

Государственное регулирование не часто касается оптового звена, но в части ценообразования также может повлиять на итоговые финансовые результаты. Главный инструмент – это регулирование цен на ЖНВЛП, в том числе и установление как предельных розничных, так и оптовых надбавок. Данные параметры меняются реже, чем регистрационные цены на лекарства. Но в 2021 году изменения коснулись и их. Так, предельные оптовые надбавки к ценам на лекарства в Москве снижены в среднем на 3,7%. Соответствующее постановление правительства Москвы вступило в силу 1 ноября 2021 года. До конца года пересмотр оптовых надбавок произошёл ещё в 24 регионах Российской Федерации. Это, кстати, один из факторов снижения конечных цен для потребителя, а, следовательно, сдерживания инфляции на лекарства в 2022 году.

В текущих рыночных условиях стабильность работы оптового звена продолжает оставаться решающим фактором в лекарственном обеспечении. В 2021 году объём фармацевтического рынка России в ценах дистрибуторов составил 1 979 млрд руб., что на 14,5% выше, чем в 2020 году. По итогам 2021 г. совокупная доля 10 крупнейших дистрибуторов на фармацевтическом рынке была на уровне 72,7%. Относительно 2020 года этот показатель снизился

на 1,4%. Снижение концентрации на фармрынке связано с высокой динамикой государственных закупок и появлением как новых компаний, участвующих в тендерах, так и за счёт существующих и показывающих высокий прирост.

На протяжении последних лет мы наблюдаем увеличение объёмов выделяемых денежных средств как на уже существующие программы (речь в первую очередь идёт о национальном проекте по онкологии и кардиозаболеваниям), так и на новые (в 2021 году отдельное финансирование получило направление по поддержке детей с редкими и орфанными заболеваниями «Круг добра»). Также, конечно, обеспечение больниц препаратами, необходимыми для лечения коронавирусной инфекции, обеспечило дополнительный рост дистрибуторам госзаказа.

Если сравнивать ТОП-5 дистрибуторов в коммерческой части рынка, то средний прирост среди них составляет 8%, для госсегмента ТОП-5 дистрибуторов растут в среднем на 33%. Заметим, что в этих рейтингах (ТОП-5) пересечение прослеживается только по одной компании «Протек», в остальном имена участников «ведущих пятёрок» различаются. «Протек» – одна из немногих компаний, кто фокусируется в основ-

Рисунок 47

Концентрация в дистрибуторском сегменте

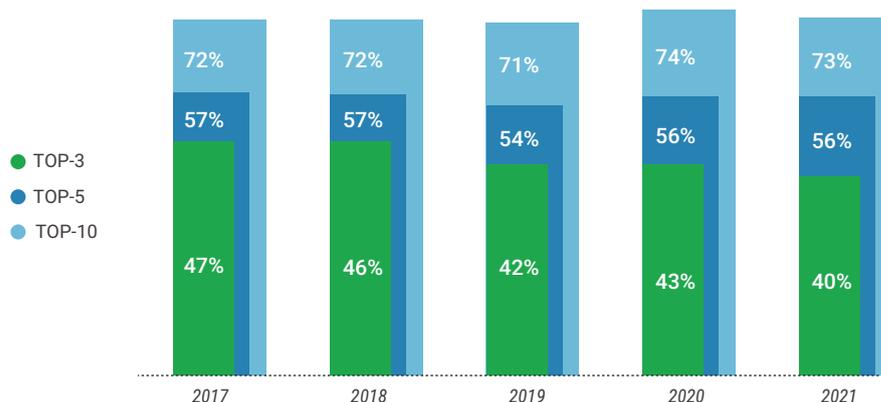


Таблица 28

ТОП-25 дистрибуторов на фармацевтическом рынке, 2021 год

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

Рейтинг	Дистрибутор	Объем, млрд руб.	Прирост	Доля
1	Пульс	291,0	14,0%	14,7%
2	Катрен	257,2	7,5%	13,0%
3	Протек	249,1	3,2%	12,6%
4	Р-Фарм	200,7	51,3%	10,1%
5	Гранд Капитал	111,3	17,4%	5,6%
6	Фармкомплект	98,1	-8,1%	5,0%
7	БСС	76,7	15,3%	3,9%
8	ПрофитМед	58,9	3,4%	3,0%
9	Ирвин 2	49,6	56,0%	2,5%
10	Ассоциация «Асфадис»	45,7	5,9%	2,3%
11	Фармимэкс	44,5	22,6%	2,2%
12	Авеста Фармацевтика	41,4	12,3%	2,1%
13	Ланцет	39,3	2,3%	2,0%
14	Агроресурсы	33,7	8,6%	1,7%
15	Джи Ди Пи	33,2	-9,3%	1,7%
16	Магнит	23,7	-28,7%	1,2%
17	ЗдравСервис	20,9	5,8%	1,1%
18	ГК «Евросервис»	19,1	18,0%	1,0%
19	Биотэк	17,4	-57,7%	0,9%
20	Северо-Запад	12,6	9,6%	0,6%
21	Медипал-Онко	12,5	3,3%	0,6%
22	Примафарм	12,1	124,1%	0,6%
23	Фармстор	9,6	-22,4%	0,5%
24	Мединторг	9,0	23,7%	0,5%
25	Фармсервис	7,9	new	0,4%

ном на аптечном канале, но при этом имеет заметную долю и в государственных тендерах по лекарственным препаратам (около 10% от валового оборота в целом). Для сравнения «Пульс» и «Катрен» на госрынке имеют около 1% от общей своей реализации.

Описываемые тренды повлияли на положение дистрибуторов в рейтинге. Изменения продолжились даже в ТОП-3. Заметим, если в аптечном рейтинге и рейтинге производителей более стабильная картина (по крайней мере на протяжении длительного времени до 2021 года), то в оптовом звене «борьба» за первое место ведётся постоянно.

По результатам 2021 года «Пульс» сохранил за собой лидерскую позицию, которую занял впервые в 2020 году. Динамика роста компании – одна из максимальных среди компаний, которые входят в ТОП-10 по аптечному сегменту. Это позволило дистрибутору не только остаться на первой строчке, но и увеличить долю на аптечном рынке (по итогам 2021 года – 23,9%, в 2020 году показатель был на уровне 21,7%). При этом «перспективный» рынок государственных закупок пока охвачен компанией слабо. В дальнейшем дистрибутор также делает ставку на это направление и планирует активно осваивать бюджетный сегмент.

В рамках постоянной модернизации складских комплексов компания «Пульс» запустила в Екатеринбурге новую автоматизированную конвейерную линию по сборке заказов, которая в том числе позволяет поддерживать услугу по обработке ЗРЛ-заказов. Список клиентов по данной услуге увеличивается, поэтому её расширение является стратегическим для компании «Пульс». Кстати, сдерживающим фактором в развитии проекта является маркировка. На рынке сложилась следующая ситуация, с одной

стороны, ЗРЛ-операторы формально не являются участниками оборота лекарственных препаратов (ЛП), они по определению осуществляют аутсорсинговые складские и логистические функции. Но в тоже время, на них передаётся часть бизнес-процессов производителя, импортёра, дистрибутора, т.е. организаций, которые являются участниками оборота, а потому обязаны формировать отчеты и передать их в ГИС МДЛП. Поэтому для внедрения системы в работу дистрибутора требуется изменение программного обеспечения под необходимые протоколы и стандарты.

В 2021 году компании «Пульс» исполнилось 25 лет. История компании началась в 1996 году, но активный рост за счёт региональной экспансии был отмечен в последние десять лет. Это и позволило компании стать лидером рынка.

Второе место рейтинга в 2021 году занял дистрибутор «Катрен», оборот которого вырос на 7,5%, поднявшись на одну строчку вверх. «Катрен» – единственная компания в рейтинге, являющаяся международной (у неё есть представительства в странах СНГ), а также имеющая кредитный рейтинг в международном рейтинговом агентстве. S&P Global Ratings в 2021 году подтвердил в своём отчёте кредитный рейтинг «Катрен» «BB-/B», прогноз «Стабильный».

Ключевым событием для отрасли в 2021 году стало приобретение дистрибутором «Катрен» 50,01% акций одной из крупных аптечных сетей ГК «Эркафарм» (бренды «Доктор Столетов», «Самсон-Фарма», «Озерки»). Помимо того, что это крупнейшая сделка за последние несколько лет на рынке, отдельно стоит отметить, что ФАС (Федеральная антимонопольная служба) дала на неё разрешение с ограничениями, которые ранее не распространялись на аптеч-

ный рынок. Так, для обеспечения соблюдения конкуренции ведомство потребовало до совершения сделки сократить количество аптек, принадлежащих участникам сделки в Орловской области, а также в течение 3 лет запретило им открывать новые аптеки в Петербурге.

«Катрен» уже имела до этого собственную розницу – аптечную сеть «Мелодия здоровья», а также активно развивает интернет-площадку «Аптека.ру». Сделка позволит закрепить дистрибутору своё место на коммерческом рынке в условиях его сокращения и нарастить количество точек выдачи онлайн-сервиса. В рамках этой стратегии некоторые точки «Эркафарм» уже получили новую вывеску «Аптека.ру».

Apteka.ru – это одна из самых известных площадок по бронированию аптечного ассортимента, которая развивается уже довольно давно и занимает существенную долю в своем сегменте. Но при этом интересно, что «Катрен» не владеет товарным знаком Apteka.ru. И при попытке его регистрации пока получило отказ в Роспатенте. Экспертиза, проведённая ведомством, установила, что заявленное обозначение состоит только из неохраняемых словесных элементов. Вследствие чего, данный элемент также может использоваться повсеместно любыми компаниями.

Дистрибутор «Протек» в 2021 году занял третью строчку с долей 12,6%. Компания продемонстрировала прирост продаж на 3,2%. Оптовое звено – это часть большого холдинга. Суммарно ГК «Протек» является крупнейшей фармкомпанией отрасли, и заняла 54-е место в рейтинге крупнейших компаний России «Эксперт-400». По итогам 2020 года компания усилила свои позиции на пять пунктов в сравнении с предыдущим

годом (59-е место). По версии RAEX-600, также компания входит в рейтинг крупнейших компаний России на 52 месте.

Развитие компании продолжается во всех направлениях. Так, в июле 2021 года началось строительство нового комплекса логистического парка в Подмосковье. Общая площадь превысит 61 тыс. кв. м, складская составит более 58 тыс. кв. м, производственные мощности комплексов – более 66 тыс. палетомест. Старт коммерческой деятельности запланирован на 2023 год.

Развитие логистических мощностей компании станет платформой для интенсивного развития направления e-commerce. Сейчас компания активно развивает собственный интернет-проект «ЗдравСити». «ЗдравСити» охватывает 81 регион России, объединив более 19,5 тыс. аптек-партнёров. Партнёры проекта – компании экосистемы «Сбер», «Яндекс» и Mail.Ru Group. Ещё осенью 2020 года «Протек» начал открывать дарксторы (специальные складские объекты для обслуживания e-commerce-сегмента) на базе аптечной сети «Ригла» – розничного сегмента Группы. К концу 2021 года действует уже 57 дарксторов в 34 регионах РФ. Задача даркстора – обеспечение экспресс-доставки онлайн-заказов конечному потребителю и оперативное пополнение редкими позициями ассортимента аптек – партнёров маркетплейса «ЗдравСити». Ассортимент одного даркстора в 2,5–3 раза превышает ассортимент обычной аптеки.

Из компаний, которые сфокусированы в основном на работе с аптеками, стоит отметить «Гранд Капитал» (+1 строчка в рейтинге и 4 место), «Авеста» (+2 строчки в рейтинге и 8 строчка). В результате в рейтинге по аптечному сегменту дистрибуторы располагаются выше, чем в целом на рынке. Так, «Гранд Капитал» занимает в общем

Таблица 29

 ТОП-10 дистрибуторов
по сегментам

		Аптечный сегмент		Государственные закупки	
Ранг	Дистрибутор	Доля	Дистрибутор	Доля	
1	Пульс	23,9%	Р-Фарм	13,9%	
2	Катрен	21,4%	Ирвин 2	5,9%	
3	Протек	18,3%	Фармимэкс	5,2%	
4	Гранд Капитал	8,9%	Джи Ди Пи	3,8%	
5	Фармкомплект	7,9%	Протек	3,0%	
6	ПрофитМед	4,9%	Ланцет	2,6%	
7	БСС	3,5%	БСС	1,7%	
8	Авеста Фармацевтика	3,0%	Медипал-Онко	1,5%	
9	Агроресурсы	2,9%	Северо-Запад	1,5%	
10	Ассоциация «Асфадис»	2,9%	Примафарм	1,5%	

рейтинге пятое место, а «Авеста» расположена даже за чертой ТОП-10.

Отдельно отметим компании, которые в большей мере свои усилия направляют на бюджетный рейтинг.

Первое место среди «классических дистрибуторов госсегмента (без учёта производителей, которые также могут являться победителями и поставщиками в тендерах) занимает компания «Р-Фарм». Её общий оборот – 200,7 млрд руб., из которых 57% обеспечены бюджетными средствами.

Помимо дистрибуторского звена, «Р-Фарм» активно развивает производственный сегмент, мощности которого были расширены за счёт приобретения фармацевтического завода Teva, расположенного на территории Ярославского индустриального парка (Новосёлки). В 2021 году компания стала одним из производителей вакцин против

Covid-19. Сейчас заводы компании производят три вакцины – «Спутник V», «Спутник Лайт» и вакцину AstraZeneca. «Р-Фарм» производит вакцины на мощностях предприятий группы в Ярославле, а также построил производство в ОЭЗ «Технополис Москва». Общий объём инвестиций в организацию производства вакцин уже превысил \$500 млн.

Расширение производственных мощностей идёт и за счёт иностранных площадок. Так, R-Pharm Germany (входит в ГК «Р-Фарм») получил инвестиционный кредит от «Райффайзенбанк», предназначенный для развёртывания на принадлежащем компании заводе в городе Иллертиссене производства различных биофармацевтических препаратов, в том числе вакцин от коронавирусной инфекции и лекарств на основе моноклональных антител. Старт производства запланирован на январь 2022 года.

В рейтинге представлены компании, которые работают на государственном рынке и имеют ещё узкую специализацию. «Ирвин 2» имеет 75% портфеля, сфокусированного на онкологии или кардиологии. Компания показала один из максимальных темпов роста, что позволило ей войти в ТОП-10 дистрибуторов на 9 строчку (в рейтинге 2020 года она была на 16 месте). А в рейтинге по госзаказу «Ирвин 2» поднялся с 4 до 2 места. Драйвером роста стало в том числе вхождение компании в поставщики по новой государственной программе «Круга добра». Для этого ООО «ФармЭко» (частью которого и является «Ирвин 2») приобрело долю в 32% в ООО «ФармаМондо». Компания FarmaMondo S.A. (Швейцария) более 100 лет является крупным поставщиком лекарственных средств по всему миру. Партнёры «ФармаМондо» – зарубежные биотехнологические производственные компании, не представленные на рынке России. Одна из основных услуг компании – поставка незарегистрированных лекарств.

Также узкую специализацию имеют такие компании, как «Медипал-Онко», «Фармстор», «Примафарм». Успех и положение в рейтинге их напрямую зависит от госзаказа и реализуемых программ.

Компания «Джи Ди Пи» практически перестала быть представлена на розничном рынке и полностью сосредоточилась на госзаказах. Это позволило компании вырасти в бюджетном рынке на 42%, и занять 4 строчку (по итогам 2020 года 6 место). «Джи Ди Пи» – бывшее дистрибуторское подразделение «Аптечной сети 36,6» – с 2021 года, работающее как отдельная компания.

Диверсификация дистрибуторов – это сложившийся тренд на рынке. Кто-то выбирает производственный сегмент, кто-то идёт

в сторону розницы, часть компаний успешно действует во всех направлениях. Наверно, только узкоспециализированные компании госзаказа в своей деятельности остаются в рамках оптовой поставки лекарственных препаратов. В 2021 году также можно отметить ряд проектов по диверсификации уже в смежные рынки.

Дистрибутор «БСС» в январе 2021 года стал владельцем 60% в ООО «БСС Фуд». Предприятие займётся развитием нового для холдинга направления – поставками детского и лечебного питания, в том числе специализированного для детей раннего возраста и с какими-либо патологиями. Фармкомпания «БСС» в последние годы расширяет направления бизнеса. В 2020 году созданы отдельные направления по дистрибуции средств для эстетической медицины и косметологии – «БСС-Косметика», а также по поставкам имплантатов и постоперационного белья – «БСС-Эстетика». Позже холдинг объявил о создании «БСС-Лаб», которое будет поставлять реагенты для лабораторных исследований в области иммунохимии, биохимии, гематологии, гемостаза, анализа мочи, а также средства для микробиологических лабораторий.

Ряд дистрибуторов начали выходить на рынок медицинских услуг. «Евросервис» инвестировал в онкологический центр в Туле (медцентр площадью 350 кв. м, который включает диагностический блок и дневной стационар на 10 коек). Медицинский центр «Атлас», 99,99% в котором с июня 2020 года принадлежат «Протеку», планирует создать сеть клиник в Москве. Инвестиции в проект оцениваются в 3 млрд рублей, построение сети будет осуществляться в ходе развития сегмента «Медицина» ПАО «Протек». А вот «Р-Фарм» вышел на рынок госзаказа по лизингу медоборудования через собственную компанию «Р-Фарм Медицинские системы».

9. Производство лекарственных средств

В условиях продолжающейся пандемии коронавирусной инфекции в 2021 году одной из важных тем являлась разработка и производство вакцин от Covid-19. В России зарегистрированы следующие вакцины: «Спутник V» (август 2020), «Эпиваккорона» (октябрь 2020), «Ковивак» (февраль 2021) и «Спутник Лайт» (май 2021 года). В целом на внутренний рынок было поставлено примерно 140 млн доз вакцины, что позволило привить полным курсом более 73 млн россиян (данные на конец декабря). При этом часть произведенной вакцины идет на экспорт. Совокупно в 2021 году Россия поставила на внутренний и внешний рынки около 233 млн доз, то есть на экспорт ушло порядка 93 млн доз. Такой объем позволил России занять пятое место в мире по объему производства и экспорта вакцин от коронавируса. При этом доля нашей страны в мировом экспорте вакцин от Covid-19 составляет всего 2,6%. Лидирует Китай с долей 41% глобального предложения, далее идет Евросоюз с долей 37% и замыкает тройку лидеров США (9,5%).

В разрезе конкретных вакцин первое место в мире занимает китайская Sinovac (к началу декабря произведено около 2,37 млрд доз), далее идут европейская AstraZeneca (2,26 млрд доз) и еще одна китайская вакцина — Sinopharm (почти 2,1 млрд доз), по данным Всемирной Торговой Организации.

Несмотря на то, что в России зарегистрировано несколько вакцин, на мировой рынок поставляется только одна «Спутник V». По ко-

личеству полученных одобрений в разных странах «Спутник V» занимает второе место в мире. На 16 января 2022 года вакцина получила одобрение государственных регуляторов в 71 стране. Поэтому сейчас Российский фонд прямых инвестиций активно ведет работу по развертыванию производства данного препарата на территории других стран (например, Китай, Индия, Венгрия).

Вакцина «Спутник V» в России производится на семи площадках: филиал «Медгамал» ФГБУ «НИЦЭМ им. Н.Ф. Гамалеи», АО «Биофарм», АО «Р-Фарм», ЗАО «Биокад», АО «Генериум», ЗАО «Лекко», ОАО «Фармстандарт-УфаВИТА». Производство вакцины «Эпиваккорона» налажено на заводе «Герофарм». «Ковивак» выпускает сам разработчик вакцины «Центра имени Чумакова», а в конце 2021 года к выпуску подключилась биофармацевтическая компания «Нанолек».

На начало 2022 года в России были одобрены только отечественные вакцины. При этом Россия рассматривает две заявки иностранных производителей вакцин от коронавируса. Заявку на регистрацию подали AstraZeneca и еще одна китайская фирма (речь может идти о компании CanSino Biologics, которая разработала однокомпонентную вакцину AD5-nCoV («Конвидеция»)). Если эта вакцина будет одобрена, ее производителем в России может стать компания «Петровакс». А вот «Р-Фарм» уже приступила к производству вакцины от коронавирусной инфекции по лицензии Оксфордского университета и AstraZeneca. Выпущенная

«Р-Фарм» вакцина будет поставляться целиком на экспорт.

Стоит отметить, что пандемия Covid-19 не сильно трансформировала планы отечественных производителей по развитию. Одним из векторов, который определяет это направление, является стратегия «Фарма-2030». В разработанной стратегии на новое десятилетие фокус развития фармотрасли смещен в сторону локализации производства субстанций и выпуска фармпрепаратов по полному циклу.

Как раз первый год пандемии выявил высокую зависимость России от импорта фармацевтических субстанций, а также показал ряд проблем, с которыми могут столкнуться отечественные производители. Поэтому задача увеличить уровень локализации производства субстанций является приоритетной.

В настоящее время производимые на территории страны лекарства в большей мере делаются из импортных субстанций. Из 215 МНН, включенных в перечень стратегически значимых лекарственных средств (СЗЛС), по 81 МНН на территории Российской Федерации отсутствует производство субстанций, а по 32 МНН отсутствует даже производство готовой лекарственной формы. При этом даже те МНН, по которым есть производство АФИ на территории России, не в полной мере производятся из отечественной субстанции. Чаще всего, если компания специализируется на изготовлении лекарственных препаратов, то при производстве субстанции учитываются только собственные потребности. Из 215 МНН импорт АФИ осуществлялся по 117 МНН. В целях к 24-25 годам из 215 МНН производить 65% по полному циклу

на территории России, к 2030 году – 80%.

Для стимулирования производства АФИ предлагается пересмотреть преференции при госзакупках лекарственных препаратов и отдавать предпочтение ЛП, произведенным по полному циклу. А правило «третий лишний» транспонировать в правило «второй лишний». В этом случае при наличии препаратов в тендере, произведенных от субстанции до готового лекарственного средства, все остальные не будут приниматься к участию.

В результате в перечне производственных площадок, которые были анонсированы или запущены в действие в 2021 году, представлен ряд проектов связаны с выпуском активных фармацевтических ингредиентов.

В 2021 году можно выделить ряд новых проектом по локализации иностранных производителей на территории России:

- Японская компания Takeda в апреле 2021 года локализовала на своём заводе в Ярославле производство инновационного препарата «Нинларо» (МНН «Иксазомиб») для терапии множественной миеломы (лекарственное средство имеет статус орфанного препарата и включено в перечень ЖНВЛП). Общий объём инвестиций в локализацию производства до стадии готовая лекарственная форма в России составил 590 млн рублей. Сейчас японская корпорация работает над локализацией ещё 3-х лекарственных средств, производство которых может начаться в ближайшее время, ещё несколько проектов находятся на стадии рассмотрения.
- Биофармацевтическая компания AbbVie и группа компаний «Р-Фарм» завершили трансфер технологий для глубокой локали-

Таблица 30

Ключевые запуски
производственных
площадок
на российском
фармрынке
в 2021 году

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
АО «Биохимик» (входит в группу компаний «Промомед»)	г. Саранск	Новый участок ампульного производства. На новой линии будут выпускать такие востребованные препараты, как «Мелоксикам», «Дротаверин», «Кетопрофен», «Папаверин» и др. Кроме того, здесь будет осуществляться производство антикоагулянтов для лечения новой коронавирусной инфекции: «Эноксапарин натрия» и «Надропарин кальция»	Новая линия позволит увеличить выпуск готовых лекарственных средств в ампулах в 2 раза – до 15 млн ед. в месяц (более 173 млн ампул в год)	
ООО «Гротекс» (бренд Solopharm)	г. Санкт-Петербург	Новый промышленный участок – биотехнологическое производство полного цикла в ампулах лекарственных препаратов для лечения онкологических, аутоиммунных и офтальмологических заболеваний		1,1 млрд руб.
ООО «Спутник Технополис» (принадлежит АО «Р-Фарм»)	ОЭЗ «Технополис «Москва», г. Москва	Производство российской вакцины от коронавируса «Спутник V» на новой площадке	До 10 млн доз вакцины в месяц	Более 10 млрд руб. со стороны Правительства Москвы, «Р-Фарм» и Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) вложат 4 млрд руб.
АО «Фармасинтез»	г. Иркутск	Новая производственная линия – участок грануляции по многотоннажному производству препаратов в твёрдых лекарственных формах от социально-значимых заболеваний (ВИЧ, туберкулёз и т.д.). Первым лекарственным препаратом, который будут выпускать на новой площадке, станет «Мерифатин» для лечения сахарного диабета 2-го типа	1 млн таблеток в час	
АО «Фармасинтез»	г. Иркутск	Новый крупнотоннажный цех по производству антибиотиков и противовирусных препаратов в твёрдых, лиофилизированных и инъекционных формах, в том числе новый лекарственный препарат для борьбы с коронавирусной инфекцией «Ремдеформ» (МНН «Ремдесивир»)	4 млрд таблеток и 18 млн флаконов, из которых более 13 млн – это растворы, концентраты и эмульсии; 5 млн лиофилизатов для приготовления раствора для инфузий в год	Свыше 1 млрд руб.
АО «Фармасинтез»	Тюменская область	Крупное производство препаратов для лечения сердечно-сосудистых заболеваний, более 30 наименований препаратов, мощность производства позволит закрыть 20% потребности России		4 млрд руб.

Компания-инициатор	Регион	Описание производства	Мощность	Объём инвестиций
ООО «Озон Фарм»	ОЭЗ «Тольятти», Самарская область	Вторая производственная линия по выпуску лекарственных препаратов. Новая линия позволит выпускать 17 препаратов, большинство из которых входят в перечень ЖНВЛП. В том числе препарат для терапии пациентов с коронавирусом «Арепливир»	До 275 тыс. упаковок лекарств в день	Свыше 3 млрд руб.
АО «Р-Фарм»	г. Москва	Фонд развития промышленности (Группа ВЭБ.РФ) подписал с ООО «Р-Опра» (входит в группу компаний «Р-Фарм») договор займа на строительства нового фармпредприятия для локализации зарубежных лекарственных препаратов. Продукция проекта – это лекарственные средства для терапии онкологических, респираторных, противоревматических, неврологических, нефрологических, кардиоваскулярных, орфанных заболеваний, ВИЧ-инфекции, а также иммунодепрессанты.		Займ 2 млрд руб. Общий бюджет проекта составит 7,4 млрд руб.
«Нанолек»	Кировская область	«Нанолек» приступила к выпуску вакцины от коронавирусной инфекции «КовиВак», разработанной Центром им. М. П. Чумакова РАН.	До 1 млн доз в месяц	40 млн руб.
«Биннофарм Групп»	п. Оболенск, Московская обл.	Производство субстанции линезолида, которая используется для производства таблетированного антибиотика «Линезолид»		
«Фарм Эйд Лтд»	Калужская область	Ростех, Группа «РОСНАНО» и Ishvan Pharmaceutical из ОАЭ построят производственный комплекс по выпуску живых и инактивированных вакцин. На первом этапе будут выпускаться вакцины от ротавирусной инфекции и ветряной оспы.	К 2025 году производственная мощность нового предприятия составит 4 млн доз препаратов в год и более 8 млн доз в 2026 году	
Renewal («ПФК Обновление»)	р.п. Сузун, Новосибирская обл.	Непрерывное полномасштабное производство мягких лекарственных форм (мази, гели, линименты).	Более 18 млн упаковок в год	Порядка 400 млн руб.
STADA «Нижфарм»	г. Нижний Новгород	Открытие нового участка подготовки субстанций		Более 2 млн евро
Немецкая компания B. Braun Melsungen AG	г. Тверь	Строительстве производственно-логистического комплекса с поэтапным вводом производства медицинских изделий, шовных материалов, ортопедических имплантов, средств дезинфекции		3 млрд руб.
АО «Активный компонент»	г. Пушкин, Ленинградская область	Строительство второй очереди завода для выпуска активных фармсубстанций (АФС) для противоопухолевых препаратов	До 100 тонн продукции в год	Около 3 млрд руб.

зации производства ингаляционного анестетика севофлурана. Выпуск препарата осуществляется на мощностях «Р-Фарм» из фармзавода, поставляемой AbbVie. Коммерческое производство полностью локализованного в России препарата запущено во II квартале 2021 года, объем выпуска составит 200 тыс. флаконов в год.

- Компания Abbott открыла новый научно-технический производственный центр на базе производственной площадки «Верофарм» (группа Abbott) в Белгороде. Центр позволит ускорить процесс трансфера производственных технологий, локализацию международного портфеля компании, а также разработки и выпуска новых лекарственных средств на российском рынке.
- Компании Sanofi и «Нанолек» договорились о локализации производства вакцины от менингококковой инфекции «Менактра». Препарат будет выпускаться на заводе «Нанолек» в Кировской области. В соответствии с производственным планом, первые серии будут выпущены уже в 2022 году. Планируется выпускать 2,2–3,5 млн доз в год – этого объема достаточно, чтобы полностью обеспечить потребность российского здравоохранения в данной вакцине.
- Компания «Гедеон Рихтер» запустила на собственном заводе в Егорьевске производство «Карипразина», предназначенного для пациентов с шизофренией и биполярным расстройством.
- Группа компаний «Р-Фарм» и китайская Beijing Health Guard Biotechnology подписали лицензионное соглашение в области разработки и коммерциализации в России девятивалентной вакцины для профилактики вируса папилломы человека (ВПЧ). В рамках соглашения планируется проведение клинических исследований III фазы, регистрация вакцины в России и локализация производства готовой лекарственной

формы на заводе «Р-Фарм» в Ярославле. В марте 2021 правительство РФ включило вакцину от ВПЧ в государственную стратегию развития иммунопрофилактики инфекционных болезней до 2035 г. В 2024 году также планируется включить вакцины от ВПЧ в «Национальный календарь профилактических прививок».

Для поддержки и развития производства собственных субстанций на территории России можно воспользоваться еще одним инструментом – специальный инвестиционный контракт (СПИК). В конце 2020 года был обновлен перечень современных технологий, на основании которого будут заключаться СПИК. В список попало более 600 перспективных направлений из различных отраслей, в их числе химическая и фармацевтическая промышленности, где речь идет о производстве новых лекарств и фармзаводов, аналогов которым на территории России не существует.

Отметим, что на текущий момент СПИК на производство субстанций заключен только с «Активным компонентом» в 2020 году. В 2021 году был заключен один СПИК только на производство готовых лекарств. Компания «Скопинфарм», входящая в «Фармимэкс», заключила с Минпромторгом России и Рязанской областью СПИК по внедрению технологии производства лекарственной формы ингибиторов протеиназы и технологии производства оборудования визуализации тканей для диагностики онкозаболеваний и сторожевого лимфатического узла. Это первый так называемый СПИК 2.0 – специнвестконтракт с обновленными критериями и требованиями. Предполагаемый объем инвестиций – 3,6 млрд рублей. Проект предполагает организацию производства шести препаратов для онкологических и гематологических

заболеваний, пять из которых не имеют аналогов в России.

Несмотря на то, что количество проектов по локализации и собственному развитию внутреннего производства от года к году не уменьшается, рост доли препаратов, произведенных на территории России, замедлился, а в 2021 году даже была отмечена отрицательная динамика в упаковках. Такой тренд объясняется зависимостью рынка от инновационных препаратов. Дополнительное финансирование закупки в этой части приводит к росту доли импортных препаратов. Локализованные препараты в последнее время сильнее растут за счет отечественных производителей, которые активно участвуют в процессе импортозамещения и выводят на рынок российские генерики дорогостоящих оригинальных препаратов, которые вышли из-под патентной защиты.

В 2021 году подводили итоги госпрограммы «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности». По результатам в 2020 году плановые показатели достигнуты менее чем на 50%: из 24 показателей не достигнуты 10 показателей (41,7%).

Одной из невыполненных подпрограмм является как раз «Развитие производства лекарственных средств» с плановым показателем по доле отечественной продукции. Отметим, что программа была утверждена еще в 2014 году. Срок реализации ее несколько раз переносился. В 2018 году правительство начало разрабатывать новую версию программы со сроком до 2030 года. Главной задачей остается курс на разработку и выпуск отечественных инновационных продуктов и импортонезависимость.

По итогам 2021 года доля локализованных лекарственных препаратов в стоимостном выражении составила 45%. При этом среди оригинальных препаратов этот показатель ниже практически в 2 раза, и составляет всего 26%. Правда, стоит отметить, что такая низкая доля в большей мере обусловлена тем, что отечественные производители пока «слабо» представлены оригинальными препаратами - в общем объеме таких лекарственных средств российские компании занимают всего 13%.

Структура локализованных препаратов меняется в пользу отечественных производителей. Так, если в 2018 году доля россий-

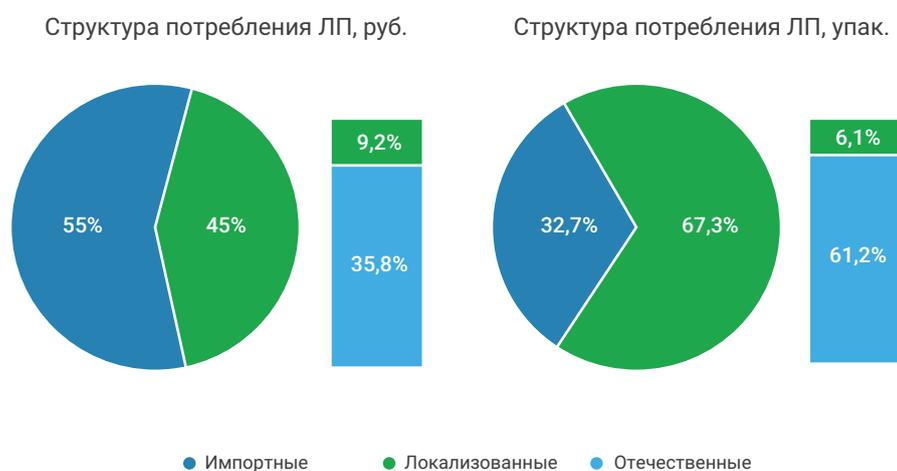


Рисунок 48

Структура потребления ЛП по происхождению, 2021 год

Таблица 31

ТОП-20
производителей
по объему продаж
на фармацевтическом
рынке России
в 2021 г.

Рейтинг	Изменение к 2020	Производитель	Стоимостной объем, млн руб.	Прирост к 2020	Доля
1	+2	BAYER	79 509,0	18,9%	4,0%
2	0	NOVARTIS	70 890,0	5,2%	3,5%
3	-2	SANOFI	67 712,8	-11,7%	3,4%
4	0	ОТИСИФАРМ	55 326,9	11,1%	2,8%
5	+6	PFIZER	52 838,4	38,2%	2,6%
6	-1	GLAXOSMITHKLINE	52 468,2	9,3%	2,6%
7	-1	JOHNSON & JOHNSON	49 750,0	3,9%	2,5%
8	+6	БИОКАД	45 451,6	34,9%	2,3%
9	-1	STADA	42 678,2	-0,7%	2,1%
10	-1	ABBOTT	42 603,8	4,9%	2,1%
11	+5	F.HOFFMANN-LA ROCHE	40 805,1	24,2%	2,0%
12	-2	TEVA	40 387,2	0,4%	2,0%
13	+4	ASTRAZENECA	39 822,6	21,9%	2,0%
14	-7	MERCK	37 753,1	-12,3%	1,9%
15	+63	P-ФАРМ	34 862,2	703,0%	1,7%
16	-3	SERVIER	34 622,6	-2,2%	1,7%
17	-5	BRISTOL-MYERS SQUIBB	34 246,2	-9,2%	1,7%
18	0	A. MENARINI	33 918,6	8,8%	1,7%
19	+9	ФАРМАСИНТЕЗ	33 073,6	59,4%	1,6%
20	-5	KRKA	33 070,1	0,6%	1,6%

ских компаний была около 30%, то в 2021 году – уже около 36%, а вот локализованные препараты в структуре продаж заняли меньшую долю за тот же период – уменьшение произошло с 13% до 9%.

Доля импортных лекарственных средств по итогам года составляет 55% в деньгах (-1,4% к 2020 году) и 32,7% в упаковках (+0,8%).

Если на структуру продаж по степени локализации Covid-19 повлиял не сильно, то вот на рейтинг и приросты по конкретным производителям влияние довольно заметное. В выигрыше те компании, в ассортиментном портфеле которых доля ЛП, рекомендованных к лечению коронавирусной инфекции, более высокая. В результате один из самых стабильных рейтингов на фармрынке (рейтинг производителей) в 2021 году изменился довольно сильно. Изменения произошли даже в первой тройке.

Совокупно доля ТОП-20 производителей в 2021 году составила 46,0%. В 2021 году отмечено много перемещений по таблице. Только 3 компании смогли сохранить свое положение относительно 2020 года. В рейтинге 2 «новые» компании: отечественные «Р-Фарм» и «Фармасинтез». В результате в ТОП-20 теперь четыре российских производителя.

Верхнюю позицию по итогам 2021 года заняла компания Bayer (+2 строчки рейтинга). Прирост продаж составил 18,9% относитель-

но 2020 года. Такая динамика обусловлена высокой долей в портфеле препарата, рекомендованного для лечения Covid-19 – около 35%, а именно «Ксарелто». Также заметно выросла доля госсегмента в продажах компании: с 23% до 34%.

Второе место сохранила корпорация Novartis с долей 3,5%. Компания имеет высокую долю за счет продаж в аптеках (62%). А вот препаратов из списка для лечения коронавирусной инфекции практически нет, поэтому динамика компании не высокая – около 5%.

Производитель Sanofi – одна из немногих компаний, которая продемонстрировала отрицательную динамику относительно 2020 года. За счет этого она уступила лидерскую позицию и переместилась на 3 строчку рейтинга. Удельный вес продаж в розничном сегменте остается для компании преобладающим (около 57% оборота приходится на аптечные продажи).

Высокая вовлеченность компании в лекарственное обеспечение при лечении Covid-19 позволила производителям показать динамику заметно выше рыночной. В результате, например, как раз компании «Р-Фарм» и «Фармасинтез» попали в ТОП-20. «Р-Фарм» поднялся на 63 строчки вверх и занял 15 позицию, «Фармасинтез» – на 9 строчек и занял 19 место.

Рисунок 49

Зависимость прироста компании от доли препаратов, рекомендованных для лечения Covid-19

